

UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS



ESCUELA PROFESIONAL CONTABILIDAD Y FINANZAS

DESARROLLO DE TESIS

**LOS COSTOS Y SU INCIDENCIA EN LA ELABORACIÓN
DEL ESTADO DE RESULTADOS DE LA EMPRESA
LEJÍA LIGURIA SAC EN EL AÑO 2016**

PARA OPTAR EL TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO

AUTORES:

CIEZA ESCALANTE, RUTH ANGELA

MAURICIO ATACHAGUA, SOLEDAD PRIMAVERA

PACHECO GASTELÚ, MIRIAN

ASESOR: MG. CESAR ENRIQUE LOLI BONILLA

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: NORMAS ÉTICAS CONTABLES
EN EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS.**

LIMA, PERÚ

MARZO 2018

**LOS COSTOS Y SU INCIDENCIA EN LA ELABORACIÓN
DEL ESTADO DE RESULTADOS DE LA EMPRESA
LEJÍA LIGURIA SAC EN EL AÑO 2016**

Presentado a la Facultad de Ciencias Empresariales- Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas, para optar el Título de Contador Público, en la Universidad Peruana de las Américas.

APROBADO POR:

DR. MORALES GALLO, JOSE ANTONIO

Presidente

DRA. GAGO RIOS, ROSARIO SORAYA

Secretario

DR. ANDIA RAMOS, LEONCIO ANTONIO

Vocal

FECHA: 20/03/2018

DEDICATORIA

La presente investigación está dedicada a nuestros padres que son la razón más importante y el motivo de nuestros éxitos, ya que gracias a su esfuerzo y su sacrificio por brindarnos la mejor educación logramos nuestras metas, de la misma manera a nuestros docentes por su gran dedicación por compartir sus conocimientos.

AGRADECIMIENTO

En nuestro trabajo de investigación agradecemos a DIOS por guiarnos a cumplir nuestra meta, a nuestro asesor, Cesar E. Loli Bonilla, por brindarnos su conocimiento, sabiduría, y motivarnos a lograr la culminación exitosa de nuestra carrera, a nuestros padres por brindarnos su apoyo incondicional en este camino profesional.

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo realizar una buena elaboración del estado de resultados de la empresa LEJÍA LIGURIA S.A.C para el periodo 2016, reestructurando el sistema de costos, de esta manera se tendría un estado de resultados que reflejaría la realidad de los egresos por rubros de la empresa, como costos de venta, gastos operativos, y gastos de distribución.

El trabajo Consta de 3 capítulos: Planteamiento de la investigación, donde describe la situación problemática que la empresa.

El Marco teórico, donde se muestran investigaciones realizadas con referencia al problema de trabajo de investigación y las bases teóricas donde se define conceptos que se citan en el trabajo para obtener conocimientos.

Finalmente las alternativas de solución, que están dentro de ellas las conclusiones y recomendaciones, donde se ha realizado la reestructuración del sistema de costos , teniendo en cuenta los rubros más resaltantes de egresos para en lo posterior elaborar correctamente el cálculo de los costos y el estado de resultados.

Palabras Claves: costos, Estado de resultados

Abstract

The objective of this research is to make a good preparation of the income statement of the company LEJÍA LIGURIA SAC for the 2016 period, restructuring the cost system, in this way it would have a statement of results that would reflect the reality of the outflows by items of the company, such as sales costs, operating expenses, and distribution expenses.

The work consists of 3 chapters: Approach of the investigation, where it describes the problematic situation that the company.

The theoretical framework, which shows research conducted with reference to the problem of research work and the theoretical bases where concepts are defined that are cited in the work to obtain knowledge.

Finally, the solution alternatives, which are within them the conclusions and recommendations, where the restructuring of the cost system has been carried out, taking into account the most outstanding items of expenses for the subsequent elaboration of the calculation of the costs and the state of results.

Keywords: costs, income statement

DESARROLLO DE TESIS

Tabla de contenidos

Introducción	i
Capítulo I: Planteamiento de la Investigación.....	1
1.1 Planteamiento del Problema.....	1
1.2 Formulación del Problema.....	2
1.3 Casuística	3
Capítulo II: Marco Teórico	
2.1 Antecedentes de la Investigación.....	7
2.1.1 Costos	7
2.1.2.Estados de Resultados.....	10
2.2 Bases Teóricas.....	14
2.2.1 Costos	14
2.2.1.1Costos Históricos.....	15
2.2.1.2 Costos Presupuestados.....	15
2.2.1.3Costo Unitario.....	16
2.2.1.4 Costo de Venta.....	16
2.2.1.5 Costo de Producción.....	16
2.2.1.5.1 Elementos del costo de producción.....	17
2.2.1.6 Clasificación de los costos.....	20
2.2.1.7 Sistemas de costos.....	22
2.2.1.7.1 Costos por órdenes.....	23
2.2.1.8 Gastos.....	23
2.2.1.8.1 Gastos de comercialización.....	24
2.2.1.8.2 Gastos de ventas.....	24
2.2.2.Estados de Resultados.....	25
2.2.2.1Nic I Presentación de Estados Financieros.....	26
2.2.3 Rentabilidad.....	27
2.2.4 Utilidad.....	27
2.2.5 Impuesto a la Renta.....	28

2.2.6 Organización Internacional de Normalización.....	29
2.2.6.1 Norma Internacional ISO 31000 – Gestión de Riesgos.....	30
2.2.6.2 Norma Internacional ISO 26000 – Responsabilidad social.....	31
Capítulo III: Alternativas de Solución.....	32
3.1 Conclusiones.....	44
3.2 Recomendaciones.....	45
Elaboración de referencias.....	46
Anexo	51

INTRODUCCIÓN

La aplicación de un sistema de costos, es muy importante en toda compañía porque ayuda en un mejor control en las organizaciones para obtener resultados en poco tiempo de una forma más eficaz y eficiente, lo cual reflejara al final del ejercicio con un aumento en la rentabilidad, que es uno de los objetivos de toda organización con fines de lucro.

Lejía Liguria SAC inicia sus operaciones en el mes de marzo del año 1954, es una empresa peruana dedicada a la transformación y envasado de lejía, que es un líquido de limpieza que sirve para desinfectar baños, pisos, mayólicas, sanitarios, lavaderos y blanquear prendas de algodón. Tiene más de 63 años en el mercado nacional con la concentración más alta, resaltando la calidad de su producto. Se ubica en el distrito de Barranco - Lima.

La Empresa, en su proceso de producción genera presentaciones de 1 litro, 2 litros y 4 litros, en aromas de limón, floral y pino para su comercialización a nivel nacional, también realiza la maquila, que es el compromiso de producción por encargo de un tercero de su propia marca, en este caso los autoservicios.

La misión, visión y valores es como sigue:

Misión

Que su producto mantenga la calidad de siempre, liderando en el mercado, para que nuestro consumidor final sea fiel a nuestro producto.

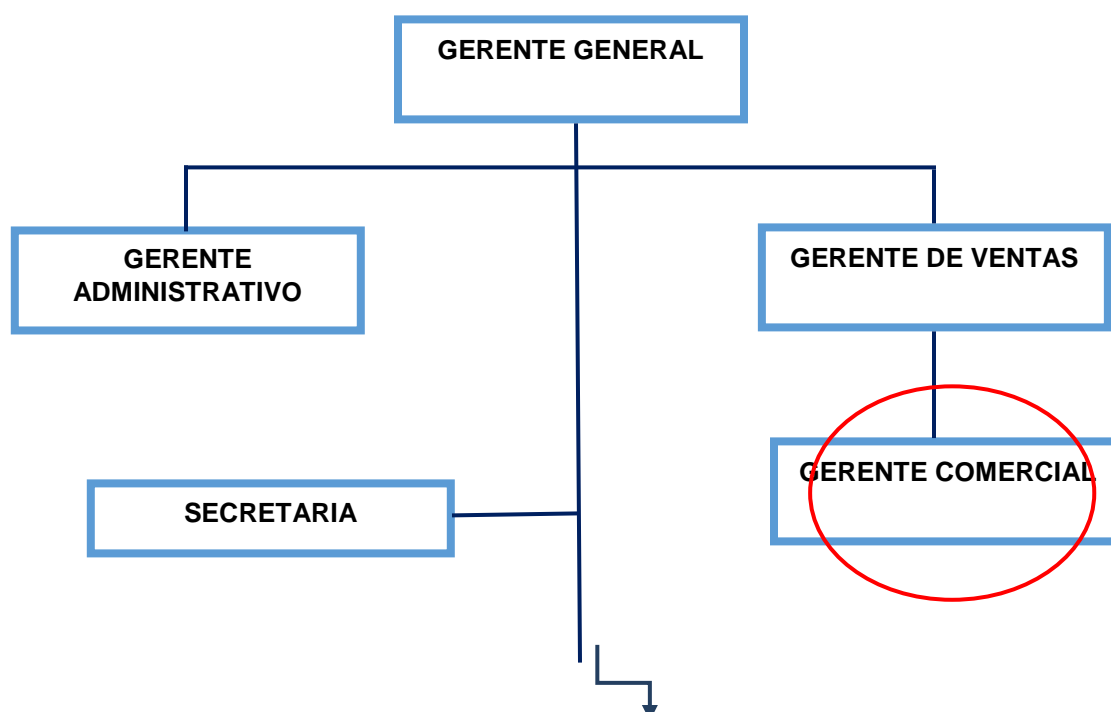
Visión

Ser una empresa líder en el mercado, dando a conocer nuestro producto a nivel internacional

Valores

Es ser honesta con sus clientes, trabaja con veracidad, responsabilidad, puntualidad y compromiso en cuanto a la elaboración y distribución de sus productos.

La Estructura Orgánica de la empresa se muestra en el anexo N° 1 para fines de esta investigación mostramos la siguiente:



Fuente: Elaborado por los integrantes del trabajo de investigación.

Dentro de los criterios para la determinación del costo de venta de los productos, es considerar todos los costos directos e indirectos, que afecta la elaboración y distribución del producto, el propósito es determinar el adecuado costeo para la elaboración del estado de resultados según las Normas Internacionales de Contabilidad 1- Presentación de Estados Financieros.

Al respecto la empresa; obvia este criterio de costo de distribución para la elaboración del estado de resultados, en la maquila de sus productos para Cencosud y

Supermercados Peruanos a quienes se les denomina autoservicios, no considerando dentro de los costos de distribución, a los siguientes gastos adicionales establecidos en el acuerdo comercial, como bonificación logística que se refiere al flete, además publicidad, no devolución refiriéndose al porcentaje pagado por la mercadería no vendida, aporte anual que es un porcentaje obligatorio y apertura de nuevas tiendas.

En nuestra investigación revelaremos la manera como Lejía Liguria determina el costo de venta de su producto por encargo, y su presentación en los estados de resultados; fin de realizar una restructuración de los costos, considerando los costos de distribución para revelar en el estado de resultados.

Lejía Liguria no aplica costos de distribución, considerándolo como gastos de venta adicionales a causa de no tener una determinada estructura de costos; por ende, el gerente comercial determina el precio de venta utilizando datos históricos y precios de la competencia.

La importancia de esta investigación, es mostrar la incidencia en la presentación de los estados de resultados, para poder brindar alternativas de solución y recomendaciones que coadyuden a que otras empresas de similares características lo utilicen, a efectos de evitar su recurrencia.

La estructura del trabajo de investigación es la siguiente:

El CAPÍTULO I: Problema de La Investigación; incluye el planteamiento del problema, formulación del problema y casuística.

El CAPÍTULO II: Marco Teórico; incluye antecedentes de la investigación y bases teóricas.

El CAPÍTULO III: Alternativas de Solución; incluye conclusiones, recomendaciones, referencias y anexo.

CAPÍTULO I

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La empresa peruana Lejía Liguria SAC dedicada a la transformación, envasado de lejía y la maquilación de marcas propias por encargo de autoservicios, se muestra las situaciones siguientes:

- No se utiliza una adecuada estructura de costo, ya que todo costo lo calculan según estimación en base a datos históricos entregados por el gerente comercial.
- El gerente comercial suministra los costos y su distribución al contador externo, no permitiendo conocer la correcta elaboración del estado de resultados.
- Los costos de distribución, como bonificación logística, publicidad, no devolución, aporte anual y apertura de nuevas tiendas, son considerados en el gasto de venta para la presentación en el estado de resultados.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.

1.1.

1.2.1 PROBLEMA GENERAL

¿De qué manera los costos inciden en la elaboración del estado de resultados de la empresa Lejía Liguria SAC en el año 2016?

1.2.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS

¿De qué manera los costos de distribución inciden en la elaboración del estado de resultados de la empresa Lejía Liguria SAC en el año 2016?

¿De qué manera los costos de venta inciden en la elaboración del estado de resultados de la empresa Lejía Liguria SAC en el año 2016?

1.3 CASUÍSTICA

A continuación, mostraremos el estado de resultados proporcionado por la empresa resaltando las partidas de Costo de ventas y gastos de venta donde se ubica el problema.

Lejía Liguria S.A.C.
ESTADO DE RESULTADOS
 De 1 Enero al 31 de Diciembre de 2016
 (Expresado en Soles)

	Notas		%
Ingresos de Actividades Ordinarias	1	9,156,604	100.00
Costo de Ventas	2	(6,405,630)	(69.96)
Ganancia Bruta		2,750,974	30.04
Gastos de Ventas	3	(1,938,220)	(21.17)
Gastos de Administración		(501,783)	(5.48)
Ganancia por Actividad de Operación		310,971	3.40
Ingresos Financieros		29,371	0.32
Gastos Financieros		(53,071)	(0.58)
Resultado antes del Impuesto a las ganancias		287,271	3.14
Impuesto a las Ganancias		(80,436)	(0.88)
Ganancia Neta del Ejercicio		206,835	2.26

Fuente: Elaboración propia.

Detalle de la determinación del Costo de Ventas

ESTADO DE COSTO		
De 1 Enero al 31 de Diciembre de 2016		
	S/	%
Materia Prima Inicial	170,095	2.66
(+) Compras	5,822,709	90.90
(-) Materia Prima Final	(359,438)	(5.61)
MATERIA PRIMA CONSUMIDA	5,633,366	87.94
(+) Mano de Obra	326,085	5.09
(+) CTS de producción	31,505	0.49
(+) Costo de Fabricación: según detalle:		
Luz	29,074	0.45
Agua	35,275	0.55
Seguros	12,102	0.19
Alquiler	86,900	1.36
Depreciación de Activo fijo	186,145	2.91
Mantenimiento de maquinaria	12,645	0.20
Combustible	21,420	0.33
Telefono e internet	2,940	0.05
COSTO DE PRODUCCIÓN	6,377,457	99.56
(+) Existencia Inicial de Productos. en Proceso		
(-) Existencia Final de Productos en Proceso		
COSTO DE PRODUCTO TERMINADO	6,377,457	99.56
(+) Existencia Inicial de Producto Terminado	41,753	0.65
(-) Existencia Final de Producto Terminado	(13,580)	(0.21)
COSTO DE VENTA TOTAL	6,405,630	100.00

Fuente: Elaborado por la empresa.

El detalle resaltado son los gastos adicionales, los cuales serán reestructurados.

Nota N° 3: Detalle de gastos de ventas

	S/.	
Asesoramiento de ventas Externos - distribuidoras	270,000	
Servicios de mercaderías	102,000	
Servicio de estibas	6,000	
servicio de vigilancia	28,536	
Página CEN	2,400	
Análisis toxicológicos	9,364	
Servicio de limpieza	22,800	
Mantenimiento Tanques de Hipoclorito	105,000	
Fumigación y saneamiento	48,000	
Mantenimiento de Local	26,306	
Bonificación logística	620,360	<div> <p>Este monto será determinado en el Costo de distribución</p> <p>1,317,814</p> </div>
Publicidad	510,481	
No Devolución	30,217	
Aporte Anual	115,007	
Apertura / Reapertura de Tiendas	41,750	
TOTAL GENERAL	1,938,220	

Fuente: Elaboración propia.

Registro contable:

ASIENTO APLICADO POR LA EMPRESA

		X			
65		OTROS GASTOS DE GESTIÓN			1.317.814,33
	659	Otros gastos de gestión			
	6593	Bonificación logística-flete		620.359,92	
	6594	Publicidad		510.480,67	
	6595	No Devolución		30.216,79	
	6596	Aporte Anual		115.006,95	
	6597	Apertura / Reapertura De Tiendas		41.750,00	
40		TRIBUTOS Y APORTES AL SISTEMA DE PENSIONES			237.206,58
	401	Gobierno central			
	4011	Impuesto general a las ventas			
	40111	IGV - Cuenta propia			
42		CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES – TERCEROS			1.555.020,91
	421	Facturas, boletas y otros comprobantes por pagar			
	4212	Emitidas			
		Por los el registro de gastos incurridos con autoservicios			
		X			
95		GASTOS DE VENTA			1.317.814,33
	957	Otros gastos de venta			
79		CARGAS IMPUTABLES A CUENTAS DE COSTOS Y GASTOS			1.317.814,33
		por el registro de los gastos incurridos con autoservicios			

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1 Costos

Torres, O. (2017) “Proceso de costeo de una empresa de servicios de Ingeniería y Construcción del sector minero”. Universidad de Lima, Lima, Perú.

“El objetivo del costeo en La Empresa es recopilar y determinar los elementos de costos que intervienen en el proceso de desarrollo del proyecto y que de acuerdo a las especificaciones del contrato acordado entre ambas partes, sean considerados como costos o gastos reembolsables por los servicios prestados y cuya finalidad es la preparación y presentación de la facturación legal al Cliente, la cual va a contener toda la información de los cálculos y soportes que sirvan como sustento del servicio a prestar y que están enmarcados dentro del contrato de construcción acordado. El proceso de costeo desarrollado, tiene por finalidad mostrar la utilización y aplicación de éste modelo en empresas del mismo rubro o de rubros similares. La correcta elaboración en base al uso de controles específicos y detallados para cada uno de los componentes del costeo: mano de obra directa, materiales directos y costos indirectos, relacionados con el cumplimiento de las especificaciones técnicas y plazos determinados en los contratos, han permitido a la gerencia de la organización contar con una fuente de información relevante de los servicios que presta en cuanto a la determinación de los costos e ingresos que generan, para ser tomados en cuenta en la toma de decisiones y un control adecuado de las operaciones, tanto de manera interna (dentro de la misma empresa), como de manera externa (clientes e interesados en los servicios de la organización)”.

Comentario: Las empresas tiene que tener bien determinado cuales son los ingresos y egresos reales de la empresa para la buena toma de decisiones.

Macedo, L., Pacheco, E. y Vilcapoma, Ch. (2017) “Costos de Fabricación de Tableros Eléctricos y su Incidencia en los Estados Financieros en la Empresa Eléctricos S.A.C”. Universidad Peruana de las Américas, Lima, Perú.

Para efectos de Determinar el precio de Venta la empresa adopta el criterio de identificar el Precio promedio de venta en el Mercado de un producto similar realizado por las empresas de la competencia, al cual aplican una rebaja de hasta tres por ciento, para efectos de asegurar la venta. Asimismo, han establecido que a cada operación de venta le corresponde un Margen de ganancia del 25 %.

“En la actualidad la empresa no cuenta con un sistema de costos; y el precio final de los productos terminados son calculados de manera estimativa de acuerdo a la experiencia en trabajos realizados en años anteriores y al conocimiento aplicado por parte de la gerencia lo que provoca una subestimación de costos”.

Comentario: Se puede observar que en el mercado hay muchas empresas que no le dan la debida importancia al sistema de costos y determina su precio de venta de acuerdo al mercado o la competencia, esto afecta a la rentabilidad ya que no se va conocer cuál es el precio real al que se debería vender el producto.

Flores, J. (2016). Sistema de Costos por Órdenes y su Incidencia en la Rentabilidad de las Empresas Constructoras del Perú: caso empresa F & C E.I.R.L. Trujillo, 2016. (tesis de pregrado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo, Perú.

Determinar y describir la incidencia del sistema de costos por órdenes en la rentabilidad de las empresas constructoras del Perú y de la empresa F&C E.I.R.L Trujillo 2016.

“La Empresa Constructora F & C E.I.R.L cuenta con un sistema muy rudimentario e informal y no permite el control de los costos ni un registro detallado, por esta razón

este aporte permite identificar oportunidades para mejorar la optimización de la rentabilidad”.

El sistema de costos por órdenes incide positivamente en la rentabilidad de las empresas constructoras del Perú. Por qué permite un mejor control de los gastos e ingresos que tiene las empresas.

Comentario: En la tesis podemos ver que el sistema de costos por órdenes siempre va influir en el resultado de cualquier operación empresarial ya sea para ver si se tuvo utilidad o perdida, esto nos ayuda a saber qué servicio o productos son los que nos genera menor utilidad y cómo podemos llegar a compensar dicha disminución.

Goicochea, A. (2014). Implementación de un Sistema de Costos y su Incidencia en el Aspecto Económico-Financiero de la Empresa Manufacturera de Envases Industriales SAC (tesis de pregrado) Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.

Uno del objetivo es analizar los costos y agruparlos en sus tres elementos: materia prima, mano de obra directa y sus costos indirectos.

La empresa no tiene un centro de costos a los que se pueda asignar los costos indirectos existentes.

“Mediante la implementación de un sistema de costos, la empresa manufacturera de envases industriales SAC, optimiza el uso de sus recursos, asignando los costos indirectos de manera real, por lo que el costo de ventas se ve disminuido, mejorando de esa manera su utilidad, que se refleja en una mejor posición económica-financiera de la empresa”.

Comentario: El implementar un sistema de costos es indispensable en una empresa industrial y/o cualquier otro tipo de empresa para poder saber cuál es el costo real de nuestra producción y también la verdadera utilidad, esta información nos va ayudar para poder tomar decisiones en cuanto al futuro de la empresa.

Salinas, G. (2012) “Los costos de producción y su efecto en la rentabilidad de la planta fibra de vidrio en Cepolfi Industrial C.A. de la ciudad de Abanto” (tesis de pregrado) Universidad Técnica de Abanto, Abanto, Ecuador.

“Estudiar si los procedimientos inherentes al sistema de los costos de producción son adecuados, y el efecto que tiene en la rentabilidad de la planta de vidrio en Cepoli Industrial C.A.”

“El inadecuado sistema de costos de producción la principal causa para que incida en la rentabilidad de la planta fibra de vidrio en Cepolfi Industrial C.A.”

La empresa tiene un inadecuado sistema de costos pues los controles que ejecuta no son los apropiados y la información que genera respecto a los costos no permite obtener los costos reales de producción y determinar su rentabilidad verdadera.

Comentario: para que la empresa pueda tener establecido bien su proceso de costos, tiene que tener bien establecidos las políticas y controles que ayude a un mejor manejo del centro de costos.

2.1.2 Estados de Resultados

Frank, Neyra (2015) “Incidencia Tributaria de los gastos de viaje en el estado de resultados 2014 de la empresa de Transportes Vulcano Group SAC” (Tesis de pregrado) universidad nacional de Trujillo, Trujillo.

No existe un control detallado y periódicamente de los gastos que tiene la empresa, esto afectando tributariamente a la empresa a la hora de la determinación del impuesto a la renta.

Comentario: Una empresa al no tener un control de los costos y gastos al momento de la determinación del impuesto a la renta no se va a calcular el impuesto determinado ya que al momento de una fiscalización de renta le puede llevar a reparaciones.

Vega, L. (2017) “Aplicación de Estrategias Financieras y su Incidencia en la Rentabilidad de una pequeña empresa de Manufactura en cuero” (tesis de pregrado) Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

“Obtener una rentabilidad positiva en la pequeña empresa de manufactura en cuero al aplicar estrategias financieras”

“En la pequeña empresa de manufactura en cuero referenciada en el presente trabajo, se observa que no existe profesionalización en su gestión careciendo de estrategias financieras que permitan controlar y mejorar su grado elevado de endeudamiento, bajo aporte de Capital, costos operativos y gastos financieros elevados, y costos variables desactualizados, los cuales, en conjunto, generan un elevado riesgo financiero que influye directamente en la negativa de financiamiento bancario, incumplimiento de pago a proveedores, sobreendeudamiento y pérdida de beneficios para los inversionistas. La Gestión Financiera emplea estrategias y herramientas que permiten lograr que una empresa pueda tener un crecimiento saludable y sostenido a y través de una adecuada gestión de recursos”.

Comentario: Para que una empresa pueda lograr sus objetivos y mantenerse en el mercado tiene que establecerse estrategias y herramientas que le ayuden a crecer tanto financieramente y en prestigio.

Espino, M. (2016) Propuesta de diseño de un Sistema de Costeo Estándar para mejorar la rentabilidad en los polos de algodón peinado 20 al 1 de la empresa Kzzu Australia Lima – 2015 (tesis de pregrado) Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.

Los procesos de producción por los que pasa la prenda de vestir son el área de corte, producción y empaque, dichas áreas se encuentran implementadas con las herramientas necesarias para la elaboración del producto, pero la dificultad radica en la medición de los costos incurridos y en la asignación de estos. En cada proceso hay consumo de materiales, mano de obra y costos indirectos los cuales son asignados en cantidad y precio como vayan incurriendo en la fabricación del polo.

Los cambios en la rentabilidad del producto son reflejos de que la administración operativa de la empresa está cumpliendo su función como se espera.

Comentario: En nuestro punto de vista la administración y gestión de una empresa va influir en el aumento de la rentabilidad de cualquier tipo de empresa, el personal tiene que estar capacitado y tener un buen criterio al momento de tomar decisiones para mejora de la empresa.

Giraldo, W. (2013) “Efectos de un Sistema de alerta financiera como base de información de costos no identificados en la Rentabilidad Empresarial” (tesis de pregrado) Universidad San Martin de Porres, Lima, Perú.

“Determinar los componentes de costos no identificados, de un sistema de alerta financiera, que afectan la rentabilidad empresarial. Los costos no identificados, en la gestión de clientes, de operaciones, de recursos humanos y financiero - gerencial, afectan directamente la rentabilidad”.

Comentario: para una empresa, no tener bien identificados los costos indirectos afecta directamente la rentabilidad al no saber el costo de venta del producto y determinar el precio de venta.

Alberca, J. & Rodriguez, g. (2012) Incremento de Rentabilidad en la Empresa “El Carrete” (tesis de pregrado) Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.

“Mejorar la Rentabilidad de la empresa EL CARRETE, desarrollando políticas y estrategias apropiadas en función de las necesidades de la empresa, con el fin de alcanzar su desarrollo y mejorar su ubicación en el mercado. Uno de los principales problemas que ha venido sobrellevando la empresa El Carrete los últimos años ha sido el bajo nivel de Rentabilidad, esto se debe a que dicho negocio carece de políticas de planificación, financieras, contables, y económicas debido a una escasa Planificación que imposibilita que se cumplan los procesos adecuados de la administración conllevando a una débil Estructura Organizacional lo cual es fundamental para el desarrollo y cumplimientos de objetivos. Se identificó las

fortalezas y oportunidades que se deben aprovechar al máximo para contribuir con el desarrollo de la empresa eliminando las debilidades y amenazas”.

Comentario: Toda empresa para aumentar la rentabilidad tiene que tener estrategias y políticas que ayuden a esta, también determinar bien cuáles son las fortalezas y debilidades que tiene para poder tener un equilibrio.

2.2 BASES TEÓRICAS

La empresa Lejía Liguria S.A.C requiere conocer el costo de sus productos vendidos a sus clientes específicos, para tomar decisiones; sin embargo, no consideran un sistema de costeo, ya que poseen una deficiente estructura de costos. Dado este caso estamos interesados en recopilar ciertos lineamientos básicos para poder implementar una estructura y distribución para el costo de los productos de la empresa.

2.2.1 Costos

Bravo, 2005 afirma que los costos son todos los gastos que se ven involucradas de forma directa indirecta eta puede darse al momento de la elaboración o compra de un producto, si bien es cierto no solo es para el aspecto de ventas si no tanto para lo administrativo y productivo

Marulanda O, 2009. es costo todo aquello que fue desembolsado en diferentes tiempos ya que estos pueden ser considerados dentro de la elaboración de un producto, y que el resultado al momento de ser contabilizado se verá reflejado en el inventario

Jiménez Lemus, 2010. Indica que “Serán Costos los desembolsos causados en el proceso de fabricación o por la prestación de un servicio: sueldos y salarios del personal de la planta de producción, materias primas, servicios públicos relacionados con el proceso productivo”.

Para Jiménez no solo son desembolsos que fueron en diferentes tiempos sino que también se toma en cuenta aquella operatividad de mano de obra y otros complementos que hace una suma para poder sacar un costo definitivo, ya que todo se da dentro del proceso de la producción

Para Calleja F., 2015. el costo se basa en un valor histórico del cual se origina, donde dice que son todos aquellos que cuenten como parte de la contabilidad, ya que es el efectivo quien se verá afectada ello dará como resultado poder calcular tanto el ingreso como salida al cual se dirá costo

Según las definiciones de los diferentes autores, podemos decir que; los costos son gastos necesarios, ya que es un elemento esencial con la expectativa de obtener beneficios al momento de adquirir o producir un bien.

2.2.1.1 Costos Históricos

Según Sánchez K. 2012 nos dice que estos costos están basados a un costo original al momento en que se ha producido un bien o incurrido un servicio, al resultado de esto se puede elaborar diferentes estados para la toma de decisiones de los administrativos.

Según Lorenzana D. 2014 dice que ya sea el valor original o lo que te costó el elaborar o producir un bien, indica que su medición o costeo es más sencillo ya que se aplican los elementos requeridos por la contabilidad respetando sus principios

Según la perspectiva de los autores diremos que los costos históricos son los costos incurridos en el pasado, para interpretar la gestión que se realiza en el desarrollo de sus operaciones.

2.2.1.2 Costos Presupuestados

Rincón, Carlos Augusto & Villarreal Vásquez, Fernando.2010, indica que estos costos requieren de una comparación no solo de año en año si no también con respecto a la medición del costo con referencia a lo consumido, si bien es cierto estos costos ayudaran a tener un mejor balance y seguimiento de los insumos, a su vez de todo lo que se ha de producir, por ende ayuda a que se pueda detectar desequilibrio de forma sistemática por que todo se aplica de acuerdo a lo planificado, cabe mencionar que esto indicara también identificar la variación de los costos ya sean mensual o semestral y nos reflejara una mejoría o pérdida de las mismas.

2.2.1.3 Costo Unitario

Con respecto a lo analizados según los autores Sucari, M, 2016 y Ynfante, T. 2010 el costo unitario es el resultado después de realizado el consumo de todos los elementos que involucran un artículo final, dado este hecho se dirá que es conocer cuánto es que te costó realizar u convertir o producir un bien.

2.2.1.4 Costo de ventas

“Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Dicho en otras palabras, el costo es el esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo operativo" (Melgard 2014;p87)

Por lo tanto, diremos que el costo de ventas está conformado por el costo de lo vendido, más los gastos comerciales inherentes a la comercialización y venta de los productos.

2.2.1.5 Costo de producción

NIC (Normas Internacionales de Contabilidad), “es un conjunto de normas o leyes internacionales que regulan la información que debe presentarse en los estados financieros y la manera en que esa información debe aparecer en éstos. Se ha considerado importante establecer estas normas en la presentación de la información financiera, ya que facilita la comparabilidad de los estados financieros entre empresas que operan en distintos países”.

NIC 12, 2015. “Los costes de transformación de las existencias comprenderán aquellos costes directamente relacionados con las unidades producidas, tales como la mano de obra directa. También comprenderán una parte, calculada de forma sistemática, de los costes indirectos, variables o fijos, en los que se haya incurrido para transformar las materias primas en productos terminados. Costes indirectos fijos son todos aquéllos que permanecen relativamente constantes, con independencia

del volumen de producción, tales como la amortización y mantenimiento de los edificios y equipos de la fábrica, así como el coste de gestión y administración de la planta. Costes indirectos variables son todos aquéllos que varían directamente, o casi directamente, con el volumen de producción obtenida, tales como los materiales y la mano de obra indirecta”.

Es el valor del conjunto de bienes y esfuerzos en que se ha incurrido o se va a incurrir o que deben consumos en los centros de producción y/o operativos para obtener un producto terminado en condiciones de ser entregado al sector comercial. Cuando se trata de empresas de servicios, se conoce como costo operativo.

2.2.1.5.1 Elementos del costo de producción

Ortega P. 2010, según el autor, “Los costos de producción, incluyen las materias primas directas, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, que son denominados elementos del costo, en que se haya incurrido para elaborar un bien o un producto. Los costos de ingeniería y del diseño del producto que ocurren antes de la manufactura son costos de fabricación” (p.54)

Jiménez P., 2014. Refiere que, “Costos de producción, Son los que se generan en el proceso de transformación de las materias primas o materiales en productos elaborados o semi elaborados. Los elementos que integran los costos de producción son: material directo o materia prima, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.” (p.65)

La producción de bienes implica la transformación de materias primas en productos terminados, para lógralo empleamos otros elementos como la mano de obra y los costos indirectos.

Torres, L., 2009, “Representa el punto de la actividad manufacturera, para construir los bienes sujetos a transformación y que se identifican o cuantifican con el producto terminado”.

Pérez de León, 2009, refiere que, “Representa el punto de partida de la actividad manufacturera, por constituir los bienes sujetos a transformación. Los materiales previamente adquiridos y almacenados se convierten en costos en el momento en que salen del almacén hacia la fábrica para utilizarse en la producción”. (p.65)

Jiménez L. 2010, indica que “En el producto terminado encontraremos elementos fácilmente identificables, algunos con facilidad de valorar y otros que, para lograr tal valoración, ofrecen algún tipo de dificultad. Por tal situación, los materiales plenamente identificados, cuantificados y de hecho valorizados, los conocemos como Materiales Directos. Por su parte, los identificables, pero difícilmente cuantificados y de hecho con dificultad para valorizarlos, los clasificamos como Materiales Indirectos”.(p.98)

Por ende, según a las referencias tomadas decimos que la materia prima, está representada por materiales que son sometidos a un proceso de transformación, para convertirse en productos terminados

La materia prima se clasifica en:

Materia Prima Directa, son los materiales que se usan directamente en el producto terminado.

Materia Prima Indirecta, son los materiales que complementan el producto terminado.

Mano de Obra

Torres, L., 2009, “Representa el factor humano que interviene en la producción sin el cual por mecanizada que pudiese estar una industria, sería imposible realizar la transformación”. (p.45)

Marulanda C. 2009, “La mano de obra es el factor humano de producción que hace posible la transformación de las materias primas en productos terminados; contablemente es la remuneración total de salarios, prestaciones sociales, aportes

para fiscales; auxilio de transportes, horas extras, incentivos, bonificaciones, recargos nocturnos, prestaciones extra legales, etc., pagada o causada al personal de producción de la empresa”. (p.98)

Lazo P., 2013. Según el autor, “La mano de obra es la fuerza humana de trabajo aplicada directamente en la conversión del material directo en el producto. Dentro del ámbito de la industria, la mano de obra es la fuerza humana de trabajo que, con el empleo de herramientas o máquinas, transforma la materia prima en un producto semielaborado o en un producto terminado”

Concluimos, que la mano de obra, está representado por el esfuerzo del trabajo humano que se aplica en la elaboración del producto, la mano de obra se clasifica en:

Mano Obra Directa, es el esfuerzo de los trabajadores que físicamente están relacionados en el proceso productivo, sea por acción manual u operando una máquina; encontramos al área de producción.

Mano Obra Indirecta, es el esfuerzo de los trabajadores que no se involucra directamente en la transformación de los materiales en productos terminados, encontramos al área administrativa y de ventas.

Costos indirectos

Torres, L., 2009, “Son todos los involucrados en la transformación de la materia prima a productos terminados, pero no manipulan directamente la materia prima a transformar”.

Marulanda C., 2009, refiere que, “Costos indirectos, son aquellos que por su naturaleza no pueden ser asignado a un solo proceso”. (p.43)

Robles R. 2012 “Costos indirectos, son los que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados o áreas específicas”

Lazo P., 2013, según el autor refiere que, “Los costos indirectos, constituyen un conjunto de cargos y desembolsos de naturaleza diferente, tales como materiales indirectos y suministros de mano de obra indirecta, contribuciones y cargas sociales, seguros, impuestos, depreciaciones, etc. Constituyen el tercer elemento del costo de producción y tienen un carácter indirecto, por cuanto sus partidas no pueden aplicarse específicamente a la determinación del costo del producto en proceso o terminado, sino que tienen que prorratearse entre varios departamentos o procesos, u órdenes de producción a fin de obtener un costo final de los diversos artículos o servicios, producidos.”

Concluimos que los costos indirectos también son conocidos como costos generales de fabricación, carga fabril, costos indirectos de fabricación, sobrecarga o simplemente costos indirectos, son todos los elementos que no han sido considerados en los costos directos, implica en la distribución o reparto del producto terminado.

2.2.1.6 Clasificación de los costos

Robles R. 2012. De acuerdo al autor indica lo siguiente, “ Estos se pueden clasificar de acuerdo a cómo van ocurriendo los procesos de operación, para esto se hace una división desde la inversión que se realiza para iniciar la empresa u organización, la producción y la distribución del producto, hasta que se efectúa la venta del producto. Comportamiento respecto al volumen de producción o venta de artículos terminados. a) Costos fijos. Son los que permanecen constantes en su magnitud dentro de un periodo determinado, y que no tienen nada que ver con los volúmenes de producción o venta. b) Costos variables. Son los que, cuya magnitud, cambian en razón directa al volumen de las operaciones realizadas. c) Costos semifijos, semivARIABLES o mixtos. Son aquellos costos que tienen elementos tanto fijos como variables.”(p.87)

Jiménez P. 2014. El autor refiere que, “ Costos fijos Son aquellos costos que permanecen constantes en su magnitud, dentro de un período determinado, independientemente de los cambios registrados en el nivel de actividad de la empresa. Costos variables Son aquellos cuya magnitud cambia en razón directa al nivel de actividad alcanzada por la empresa. Costos semifijos, semivARIABLES o mixtos Son los costos que tienen un componente de costos fijos y otro de costos variables”. (p.65)

En este sentido conforme a los autores estamos de acuerdo a la forma en que se comporten los costos se pueden clasificar en:

1. Costos variables.
2. Costos fijos.
3. Costos mixtos.

Un costo es variable cuando evoluciona en forma proporcional respecto a la variable que es objeto de medición. En cambio, un costo es fijo cuando se mantiene el valor ante oscilaciones respecto de la variable que es objeto de medición. Obsérvese que costo fijo no es sinónimo de costo constante.

Costo de distribución

Padilla Á., (2003) “Es el conjunto de gastos relacionados con la difusión, promoción, entrega y cobranza de los productos terminados vendidos. Son entonces las inversiones necesarias para vender un producto. Tienen que ver con el proceso de distribución de un negocio”. (p. 31)

(www.gestiopolis.com) Los costos de distribución son todos los desembolsos en que incurre un productor para hacer llegar sus productos, desde su planta de fabricación hasta el lugar en que son adquiridos, constituyéndose así en un componente fundamental del costo total para el productor y del precio que pagan los

consumidores, por ello su análisis reviste gran importancia en términos de eficiencia empresarial.

En base a lo referido concluimos que, el costo de distribución está conformado por operaciones desde que el producto se haya terminado, almacenado, controlado hasta que llegue al consumidor o cliente u otras operaciones que involucren la venta de dicho producto, el mismo que para este caso referimos gastos adicionales.

Otros costos

Nic 12, 2005. “En el costo de existencias puede incluirse otros costos sólo en la medida en que se incurra en ellos para poner las existencias en su ubicación y condición actuales. Por ejemplo, puede ser apropiado incluir, en el costo de existencias, gastos indirectos que no sean de producción o aquellos en que se ha incurrido para diseñar el producto de un cliente específico”

Asesor empresarial, 2015. Refiere que, “Se incluirán otros costos, en el costo de los inventarios, siempre que se hubiera incurrido en ellos para dar a los mismo su condición y ubicación actuales. Por ejemplo, podrá ser apropiado incluir, como costo de los inventarios, algunos costos indirectos no derivados de la producción o los costos del diseño de productos para clientes específicos”. (p.12)

2.2.1.7 El Sistema de Costos

Torres L. F., 2009. Refiere que, “ Es un registro sistemático de las operaciones financieras que se reflejan en los elementos de la producción, distribución y administración, para una adecuada determinación del costo, este registro contiene componentes primordiales, como documentos fehacientes que sirvan de sustento para un registro adecuado y posteriores revisiones”.

Chacon, G., 2007. Según el autor, “Las empresas deben implementar un sistema integral donde se pueda analizar la contabilidad financiera y de costos la

misma que sería como un control para las próximas gestiones obteniendo y brindando información a usuarios internos y externos para poder tomar decisiones en base a resultados”

En este sentido, podemos definir que el sistema de costos, es un conjunto de procedimientos, sistemático técnico, administrativos y contables que se emplea en una empresa, para poder determinar el costo de sus operaciones, para utilizarlos con el fin de que muestre información contable, productiva, control de gestiones.

2.2.1.7.1 Costos por órdenes

Rio C, 2010. “Los sistemas de costos por pedidos requieren el uso de cierta documentación especial que sirva como evidencia de las transacciones concernientes al consumo de materiales y al costo de mano de obra directa. Los costos de manufactura son asignados a las ordenes específicas. Los resúmenes de los costos basados en estos documentos proporcionan información para efectuar los cálculos de costos unitarios, así como para la valuación de los inventarios” (p.65).

Este sistema recolecta los costos para cada orden o lote físicamente identificables en su paso a través de los centros productivos de la planta. Los costos que intervienen en el proceso de transformación de una cantidad específica de productos, equipo, reparaciones u otros servicios, se recopilan sucesivamente por los elementos identificables: Materia prima aplicable, mano de obra directa y cargos indirectos, los cuales se acumulan en una orden de trabajo.

2.2.1.8 Gastos

Torres L., 2009. Refiere que, Los gastos,” Disminuyen las utilidades, es un rubro no recuperable, se da en el momento de adquirir o utilizar un servicio, son egresos que se utilizan en la administración y venta del artículo terminado.

Altahona, 2009, “Los gastos son recursos no recuperables, estos están relacionados con el servicio. Los Gastos disminuyen las utilidades, afectando al Estado de Resultados”.

Jiménez L., 2010 en su libro refiere que, “Serán gastos los desembolsos realizados por la empresa”.

En este sentido diremos que el gasto es la erogación de dinero que realiza las personas naturales y jurídicas por diversos factores del día a día, los mismo que se dan por la administración.

2.2.1.8.1 Gastos de comercialización

Los integrantes de la investigación en curso, indican que los gastos de comercialización son los costos permiten la realización de ventas, distribución y administración. La misma que se originan al transferir el producto final.

2.2.1.8.2 Gastos de venta

John J. Wild, K. R. Subramanyam & Robert F. Halsey, 2007. “Es todo gasto que va intervenir tanto en la producción como en la venta de un producto, estos gastos pueden ser variables o fijos según la actividad operacional”.

Contreras, 2010. En su obra menciona que “Los gastos de ventas son las erogaciones o desembolsos que existe en todo tipo de empresa con fines de lucro, el mismo que permite conocer detalladamente los costos por áreas”.

Matos, 2011. Dice que los gastos de venta o comercialización, “que son débitos de los valores actualizados que incurre la empresa al momento de la producción de un bien hasta su ingreso al almacén y posteriormente su distribución hasta el momento de la transferencia y cobro del producto”.

Tomando referencia los escritos de los autores consideramos que los gastos de venta están asociados directamente con el desarrollo y funcionamiento comercial de la empresa, también diremos que son todos los gastos que se generan por la gestión comercial o las ventas que realiza la organización, estos inician al finalizar el proceso productivo del producto o servicio.

2.2.2 Estados de Resultados

Lawrence J. Gitman, 2012. Según el autor, “Una herramienta muy utilizada para evaluar la rentabilidad respecto a las ventas, estado de pérdidas y ganancias. Cada rubro de este estado se expresa como un porcentaje de las ventas”

Macedo L, Pacheco S & Vilcapoma Ch. 2016 hacen mención de que, “El estado de ganancias y pérdidas debe reagrupar tres elementos: Un elemento de ingresos o ganancias. Un elemento de costos o gastos, un resultado (utilidad o pérdida) en el estado de resultados, se analizan el resultado obtenido en el ejercicio, y simultáneamente es la síntesis de las cuentas de resultados en las que se han registrado durante el año las cargas y los ingresos de la empresa. Por tanto, así como el balance tiene un carácter estático ya que presenta una “fotografía” del estado patrimonial de la empresa, el estado de ganancias y pérdidas tiene un carácter dinámico presentando de forma resumida los resultados de explotación de la empresa y permitiendo analizar cómo se ha llegado a conseguir la utilidad de aquel determinado período.”

Gustavo Torres (2013), los estados financieros se deben observar,

- a) Comprensibilidad, entendible para los usuarios, que tengan un conocimiento relacionados con actividades de negocio y económicas.
- b) Relevancia, cuando la eliminación de la información influye en las estrategias empresariales.

- c) Confiabilidad, si está libre de error, para la medición de los estados financieros.
- d) Comparabilidad, los usuarios puedan comparar los estados financieros de manera que puedan identificar tendencias y desempeño financiero.

El Estado de resultados, es la medición del desempeño empresarial.

- a) Ingresos, es el aumento lucrativo de la empresa
- b) Gastos, es la disminución de los beneficios económicos.
- c) Costo de ventas, es el importe que comprende los costos realizados en la producción de los productos que son para la venta.

2.2.2.1 NIC 1 Presentación de Estados Financieros

La NIC 1 Presentación de estados financieros, nos menciona que, en el estado de resultados, nos muestra todos los ingresos y egresos reconocidos en el periodo, que se encuentran dentro de este, en el estado de resultados se tomara en cuenta los ingresos ordinarios, egresos, gastos financieros, participación en el resultado del ejercicio de las asociadas, impuesto sobre las ganancias y resultado del ejercicio.

Nos habla de dos tipos de estado que tenemos que son, el estado de resultados por función y el estado de resultado por naturaleza, en la primera se tomara en cuenta la clasificación de gastos de acuerdo a la distribución dada por la empresa, en la segunda se clasificara de acuerdo a la naturaleza de los gastos.

La elección de qué tipo de estados de resultados aplicará la empresa será basándose en factores históricos y el tipo de empresa, ambos métodos ayudaran a la

toma de decisiones, también va reflejar los dividendos posibles a distribuir según el acuerdo realizado.

Zans, W. 2011 Nos dice que mostrar de forma explicada los resultados obtenidos en un margen de tiempo.

2.2.3 Rentabilidad

John J. Wild, K. R. Subramanyam & Robert F. Halsey, 2007. “En el ámbito empresarial es un indicador del rendimiento del capital que ha sido invertido y la capacidad que tiene la empresa para afrontar sus obligaciones .”

Lawrence J. Gitman, 2012. Hace mención que, "Utilidades de la empresa respecto a un nivel determinado de ventas, cierto nivel de activos o la inversión de los propietarios. Sin utilidades una compañía no podría atraer capital externo.

Murillo S, 2016. “La rentabilidad es la capacidad de producir, obtener o generar un beneficio adicional sobre la inversión realiza o trabajo realizado en determinado periodo contable o dentro de un entre contable”

La rentabilidad, es un índice que mide la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida en cuanto a los ingresos, costos y/o gastos generados por la utilización de los activos de la empresa en actividades productivas, la cual puede ser evaluada en base a las ventas, activos, capital; puede generar suficiente utilidad o ganancia, para poder realizar una inversión o la distribución a los socios como dividendos.

Se refiere cuando se compara el dinero obtenido con la totalidad de los recursos utilizados para obtener un beneficio, la rentabilidad social es el objetivo principal de empresas públicas.

2.2.4 Utilidad

John J. Wild, K. R. Subramanyam & Robert F. Halsey, 2007. Según los autores, “La utilidad representa un beneficio o ganancia con el fin de satisfacer la necesidad de la empresa.”

En justificación a lo aportado por los autores diremos que la utilidad es, la medición de los beneficios que la empresa ha obtenido o puede obtener, estos beneficios pueden ser representados en dinero, especie, poder económico; para poder lograrlo usamos las herramientas de costos para medir la capacidad histórica, presente y futuros de producir estos beneficios, hacen parte de la medición de la utilidad, la cual es la razón principal porque se crean las empresas.

Utilidad Positiva, los beneficios económicos son positivos, los cuales pueden ser invertidos en la empresa, o entregados a los socios como dividendos.

Utilidad Presupuestada, es la utilidad que se espera obtener en un periodo futuro.

Utilidad Positiva, los beneficios económicos son positivos, los cuales pueden ser invertidos en la empresa, o entregados a los socios como dividendos.

Utilidad Presupuestada, es la utilidad que se espera obtener en un periodo futuro.

2.2.5 Impuesto a la Renta

Bravo C. (2012) “El Impuesto a la Renta es un tributo que se precipita directamente sobre la renta como manifestación de riqueza. En estricto, dicho impuesto grava el hecho de percibir o generar renta, la cual puede generarse de fuentes pasivas (capital), de fuentes activas (trabajo dependiente o independiente) o de fuentes mixtas (realización de una actividad empresarial = capital + trabajo). En tal secuencia de ideas, es de advertir que el Impuesto a la Renta no grava la celebración de contratos, sino la renta que se obtiene o genera por la instauración y ejecución de las obligaciones que emanan de un contrato y que, en el caso de las actividades empresariales, se somete a tributación neta de gastos y costos relacionados a la actividad generadora de renta. Así pues, el hecho imponible del

Impuesto a la Renta es un hecho jurídico complejo (no un acto o un negocio jurídico) con relevancia económica, que encuentra su soporte concreto, como ya lo hemos indicado, en la manifestación de riqueza directa denominada 'renta' que se encuentra contenido en el aspecto material de su hipótesis de incidencia, pero que requiere de la concurrencia de los otros aspectos de la misma, vale decir el personal, el espacial y el temporal, para calificar como gravable. En esa secuencia de ideas, resulta importante advertir que el hecho imponible del Impuesto a la Renta se relaciona con los efectos del contrato, y no con el contrato en sí mismo”.

2.2.6 ISO (Organización Internacional de Normalización)

Correspondiente a las normas ISO llegamos a la conclusión de que son normas que ayudaran a la regulación de cuidado y protección al medio ambiente, ya estas normas están dirigidas para aquellas empresas que tienen diferentes actividades como transporte, construcción, energía etc., siendo en nuestro caso el cuidado del medio ambiente ya que la empresa se encuentra en el rubro industrial, haciendo uso de materiales químicos y a su vez tenemos trabajadores que están a cargo de brindar mano de obra los cuales tienen contacto con los mismos, siendo así nuestra necesidad de la aplicación de estas normas a favor de la empresa.

Por ello estas normas ISO aportan para tener una mejor gestión en el área de calidad el cual al implementarse nuestra empresa aportará mejoras no solo al medio ambiente sino también al personal que lo maneja, por otro lado esta norma hará que podamos ser reconocidos ya que tendríamos un plus adicional a comparación de otras empresas.

Otro punto importante es que estas normas están avalados por grandes representantes quienes aportan sus conocimientos sistematicotécnicos, realizando pruebas de laboratorio, exámenes continuos, ya que poseen una infraestructura adecuada para realizar lo ya mencionado, por otro lado también estas normas hacen una verificación o monitoreo de lo aplicado haciendo un seguimiento del cumplimiento de las mismas de acuerdo al requerimiento de cada ente, dichas normas no solo se aplican a empresas privadas sino también a empresas publicas

2.2.6.1 Norma internacional ISO 31000 - Gestión de Riesgos

(<https://www.bsigroup.com>) Según lo investigado la norma ISO 31000 se trata de una guía o un camino correcto para que la empresa en la actividad en que se encuentre la pueda practicar, ya que estas trabajan desde su planificación hasta su aplicación y verificación, esto se trata de una norma de gestión de riesgo para que las operaciones realizadas en el campus de trabajo sean las más exitosas, estas acorde a su actividad que realiza la empresa, por ello se prevean cualquier tipo de imprevisto que genere perdidas, al implementar esta norma la seguridad y la salud serán las que primen.

Las empresas están expuestas a todo tipo de riesgo en la actualidad, por ello se implementa esta norma ya que la organización o entidad estará protegida por tener una buena gestión al aplicar estas normas, por consecuencia la empresa mejorara no solo su operatividad si no que brindara confianza, no solo a sus trabajadores si no la calidad y la confianza a los clientes.

Cada trabajador al ingresar a una empresa busca seguridad, protección y salud, lo que harán estas normas es brindar a cada trabajador la confianza para realizar sus actividades y la aplicación de esta norma se dedica a minimizar todo tipo de riesgo, por ello es necesario que cada empresa pueda implementarlo para que pueda mejorar sus estándares y pueda tener un éxito mercantil como el brindar una mejor práctica de seguridad a sus trabajadores, una vez implementada esta norma es necesario no solo aplicarla, si no también fomentar su práctica a otras empresas, ya que no es solo operación de un día si no se realiza diariamente, de esta manera se obtendrá una forma eficaz de gestionar riesgos en la empresa.

Ventajas

Dentro de las ventajas de estas normas se menciona el promover la gestión y aplicación de las buenas prácticas de seguridad, salud y protección para poder disminuir los posibles riesgos que se pudiesen presentar en la empresa, este sistema técnico que se implementa hará que el desempeño u operatividad sea analizado, monitoreado para detectar el riesgo y mejorar esa área, esta gestión ayudara a que la empresa pueda tener una seguridad, protección eficaz de acuerdo a como se vaya desarrollando y crezca en su día a día, la respuesta o consecuencia de esta aplicación brindara seguridad y eficiencia a los peligros que se puedan dar en las empresas

2.2.6.2 Norma internacional ISO 26000 - Guía sobre responsabilidad social

(<https://www.iso.org>) Esta norma debería ser aplicada por todas las empresas tanto privadas como gubernamentales a nivel mundial, ya que lo que hace es fomentar y a concientizar una guía de responsabilidad social, en tal sentido también cabe mencionar que esta norma es de manera obligatoria como las demás normas, pero que la sociedad de acuerdo a su necesidad se ve exigida a realizarlo.

Importancia

Muchas empresas actualmente están preocupados en buscar el lucro, pero pocas de ellas están concientizadas o tienen una responsabilidad social, ya que por otro lado se ven obligados no solo por el gobierno, si no por todo lo que le rodea, hablando empresarialmente los clientes o público en general; por ello cabe decir que vivimos en un país bastante materialista, ya que se ve muchas actividades dudosas, fraudulentas; y por el lado empresarial administrativo y contable se puede ver una cantidad de prácticas de fraudulencia, que quiérase o no se hace un daño al propio país, no podemos desmerecer que también hay empresas que si fomentan esta responsabilidad social haciendo que esto forme parte de sus principios, como empresa para poder mejorar día a día, por ello esta norma ayudara a que la empresa

quien lo aplique mejore, no solo en lo empresarial o mercantil, si no también mejore la calidad de personas, concientizadas y responsables socialmente.

CAPÍTULO III

ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

Reestructurar el Estado de Costos, aplicando el método de costos por órdenes; para conocer el costo de venta real por pedido; y en lo posterior determinar el precio correcto al momento de establecer el acuerdo comercial.

Reclasificar los gastos adicionales, adicionando en el estado de resultados denominado costos de distribución, para una correcta presentación.

ORDEN DE COMPRA CENCOSUD



Orden de Compra : 775785522045663636432

O. P. N° 85

Monday, January 13, 2016

CENCOSUD RETAIL PERU S.A

N.I.T : 20109072177	Ciudad : Lima
Dirección : CALLE AUGUSTO ANGULO #130 MIRAFLORES	Teléfono : 6260000
Comprador : Grupo Cencosud	Fax : 6260155
Punto de Venta : CALLE AUGUSTO ANGULO 130 Tiendas Metro Cadena Mayorista	Ciudad : MIRAFLORES
Sitio de Entrega : AV. VICTOR RAUL HAYA DE LA TORRE KM. 2.50 Recepción Central Metro Mayorista	Ciudad : SANTA ANITA
Entidad a Facturar : 7751324000896 Cencosud Retail Perú	Ciudad : Lima
Fecha mín. entrega : -	Fecha máx. entrega : -
	Fecha Sol. entrega : Jan 19, 2016

DATOS DEL PROVEEDOR : Lejia Liguria S.A.C.	Contacto : Maria Giannina Berisso
EAN : 7750854002646	Ciudad : Lima
Código localización : 7750854002646	Teléfono : 477-0206
Dirección : Cal. Tejada 357, Barranco	Fax :

Plazo y Descuentos Financieros

Días	Porcentaje(%)	Referencia	Términos de Pago
70.0000		FECHA DE LA FACTURA	-

Detalle de la Orden de Compra

EAN	Descripción	Sub-Artículos	Precio unitario(Ns.)	Precio neto(Ns.)	Cant pedida	Uni Medida	Total impuesto(Ns.)	Subtotal sin Impuestos (Ns.)
7750854000055	LEJIA FLORAL X 1000 G METRO	1	1.9900	1.9900	12	NAR	4.3000	23.8900
7750854000079	LEJIA X 2 LT METRO, LIMON	0	3.7900	3.7900	12	NAR	8.1900	45.4800
7750854000062	LEJIA X 2LT METRO, TRADICIONAL	0	3.7900	3.7900	12	NAR	8.1900	45.4800
Total sin Impuestos								Ns.114.8400
Total Impuestos								Ns.20.6800
TOTAL								Ns.135.5200

Observaciones : No disponible

** Los totales resaltados son enviados por el cliente en la orden de compra, los no resaltados son calculados por el CEN **

A continuación, mostraremos el consolidado de las órdenes de compra para el área de producción, para su despacho.

ORDENES PARA PRODUCCIÓN																		
																	34.00	
CENCOSUD	OC.85	OC.86	OC.87	OC.88	OC.89	OC.90	OC.91	OC.92	OC.93	OC.94	OC.95						TOTAL UNID	TOTAL PAQ
TRADICIONAL 1LT X 12		96	312	120					168	12							708	59.0
FLORAL 1LT X 12	12	96	312	72	12				96	12	12						624	52.0
LIMON 1LT X 12		96	312	132		12			108		12						672	56.0
TRADICIONAL 2LT X 6	12	96	1494	90					918								2610	435.0
LIMON 2LT X 6	12	96	1200	228			6		630								2172	362.0
TRADICIONAL 4KG		8	516	168	4	4	12	164									876	219.0
																	7862	
																	5.0	
LIGURIA																	TOTAL UNID	TOTAL PAQ
TRADICIONAL 1LT X 12			24														24	2.0
FLORAL 1LT X 12		96				48											144	12.0
LIMON 1LT X 12		84				60	12										156	13.0
TRADICIONAL 2LT X 6		96	6			150	12										264	44.0
LIMON 2LT X 6		108	6	6	6	108	6										240	40.0
TRADICIONAL 4KG		84				72											156	39.0
																	984	39.0 PALETAS

La empresa Lejía Liguria Sac. adquiere las siguientes mercaderías para la producción de las ordenes consolidadas. Determine el costo unitario de cada una de ellas.

U.M	DESCRIPCION	SOLES	PROD. UNID S/
Unid	Frascos 1Lt	0.43	0.43
Unid	Frascos 2Lt	0.85	0.85
Unid	Frascos 4Lt	1.48	1.48
Kilo	Tapa	20.85	0.0417
Kilo	Termocontraible	5.94	0.00594
Kilo	Aroma	44.55	0.04455
Rollo	Fill	12.38	0.005290598
Millar	Etiqueta Marca Liguria	14.70	0.0147
Millar	Etiqueta Marca Propia	27.23	0.02723
m3	Agua tratada	2,672.38	0.00817242
Tonelada	Hipoclorito de sodio	680.00	0.68

Marca Metro	TOTAL UNID	Botella	Tapa	Termo-contrainble	Fill	Etiqueta	Total Envases y Emb.	Aroma
TRADICIONAL 1LT X 12	708	304.44	29.52	4.21	3.75	19.28	361.19	
FLORAL 1LT X 12	624	268.32	26.02	3.71	3.30	16.99	318.34	27.80
LIMON 1LT X 12	672	288.96	28.02	3.99	3.56	18.30	342.83	29.94
TRADICIONAL 2LT X 6	2610	2218.5	108.84	15.50	13.81	71.07	2,427.72	
LIMON 2LT X 6	2172	1846.2	90.57	12.90	11.49	59.14	2,020.31	96.76
TRADICIONAL 4KG	876	1296.48	36.53	5.20	4.63	23.85	1,366.70	
							S/. 6,837.09	S/.154.50

Marca Liguria	TOTAL UNID	Botella	Tapa	Termo-contrainble	Fill	Etiqueta	Total Envases y Emb.	Aroma
TRADICIONAL 1LT X 12	24	10.32	1.00	0.14	0.13	0.35	11.94	
FLORAL 1LT X 12	144	61.92	6.00	0.86	0.76	2.12	71.66	6.42
LIMON 1LT X 12	156	67.08	6.51	0.93	0.83	2.29	77.63	6.95
TRADICIONAL 2LT X 6	264	224.40	11.01	1.57	1.40	3.88	242.25	
LIMON 2LT X 6	240	204.00	10.01	1.43	1.27	3.53	220.23	10.69
TRADICIONAL 4KG	156	230.88	6.51	0.93	0.83	2.29	241.43	
							S/. 865.15	S/.24.06

En los cuadros siguientes se muestra los costos de la materia prima a utilizar para la producción de la orden de compra.

MATERIA PRIMA - CENCOSUD

Materia Prima	Proporción %	Precio del litro	Cantidad (litros)	Importe total
Agua tratada	50	0.00817	15,072	123.17
Hipoclorito de sodio	50	0.68000	15,072	10,248.96
Aroma				154.50
Envases y enbalajes				6,837.09
TOTAL	100%			17,363.72

MATERIA PRIMA - CENCOSUD (LIGURIA)

Materia Prima	Proporción %	Precio del litro	Cantidad (litros)	Importe total
Agua tratada	50	0.00817	1,956	15.99
Hipoclorito de sodio	50	0.68000	1,956	1,330.08
Aroma				24.06
Envases y enbalajes				865.15
TOTAL	100%			1,346.07

En el siguiente cuadro, mostramos el cálculo de la cantidad de litros a producir según orden de compra.

Marca Metro	TOTAL UNID	LITROS
TRADICIONAL 1LT X 12	708	708
FLORAL 1LT X 12	624	624
LIMON 1LT X 12	672	672
TRADICIONAL 2LT X 6	2610	5220
LIMON 2LT X 6	2172	4344
TRADICIONAL 4KG	876	3504
		15,072

Marca Liguria	TOTAL UNID	LITROS
TRADICIONAL 1LT X 12	24	24
FLORAL 1LT X 12	144	144
LIMON 1LT X 12	156	156
TRADICIONAL 2LT X 6	264	528
LIMON 2LT X 6	240	480
TRADICIONAL 4KG	156	624
		1,956

TOTAL LITROS 17,028

A continuación, mostraremos el detalle de costos indirectos tomados para este caso.

<u>Costos Indirectos</u>	ANUAL	SEMANAL	ME.MP. 26,74%	ME.LIG 3,35%
Luz	29.074,02	605,71	161,99	20,27
Agua	35.275,21	734,90	196,54	24,60
Seguros	12.101,88	252,12	67,43	8,44
Alquiler	86.900,00	1.810,42	484,17	60,60
Depreciación de Activo	186.144,74	3.878,02	1.037,11	129,80
Mantenimiento de maq	12.645,41	263,45	70,45	8,82
Combustible	21.420,00	446,25	119,34	14,94
Telefono e internet	2.940,00	61,25	16,38	2,05
			2.153,40	269,52

En el cuadro se muestra el resumen del costo de producción, referenciados de los cuadros anteriores, en el anexo n° 03 podrá visualizar la mano de obra.

	Materia prima	Mano de obra	Costo indirecto
Descripción	Importe	Importe	Importe
Marca Metro	17.363,72	675,35	2.153,40
Marca Liguria	1.346,07		269,52
Total	S/. 18.709,79	S/. 675,35	S/. 2.422,92

Resumen	
Elementos	Importe
Materiales	18.710
Mano de obra	675
Costo indirecto	2.423
TOTAL	S/.21.808

En el siguiente cuadro, visualizamos los costos de distribución, considerados anteriormente como gastos de ventas; los mismos que son calculados al valor total de venta, que solo son aplicados a la marca Metro según Acuerdo Comercial.

Marca Metro	TOTAL UNID	LITROS
TRADICIONAL 1LT X 12	708	708
FLORAL 1LT X 12	624	624
LIMON 1LT X 12	672	672
TRADICIONAL 2LT X 6	2610	5220
LIMON 2LT X 6	2172	4344
TRADICIONAL 4KG	876	3504
		15.072

VALOR VENTA UNID	TOTAL V.VENTA
1,99	1.408,92
1,99	1.241,76
1,99	1.337,28
3,79	9.891,90
3,79	8.231,88
7,48	6.552,48
	S/.28.664,22

COSTOS DE DISTRIBUCIÓN		
Bonificación logística-flete	12,00%	3.439,71
Publicidad	9,50%	2.723,10
No Devolución	0,60%	171,99
Aporte Anual	2,78%	796,87
TOTAL		S/.7.131,66

Marca Liguria	TOTAL UNID	LITROS
TRADICIONAL 1LT X 12	24	24
FLORAL 1LT X 12	144	144
LIMON 1LT X 12	156	156
TRADICIONAL 2LT X 6	264	528
LIMON 2LT X 6	240	480
TRADICIONAL 4KG	156	624
		1.956

VALOR VENTA UNID	TOTAL V.VENTA
2,25	54,00
2,25	324,00
2,25	351,00
4,5	1.188,00
4,5	1.080,00
8,89	1.386,84
	S/.4.383,84

TOTAL LITROS 17.028

Registro contable

A continuación, se detalla el registro contable derivado del resumen costos.

		X				
90		MATERIA PRIMA EN PROCESO			18.709,79	
91		MANO DE OBRA EN PROCESO			675,35	
92		COSTO DE PRODUCCION			2.422,92	
79		CARGAS IMPUTABLES A CUENTAS DE COSTOS Y GASTOS				21.808,06
		Por el costo de produccion incurrido en la orden de produccion N°				
		X				
21		PRODUCTOS TERMINADOS			21.808,06	
211		Productos manufacturados				
71		VARIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN ALMACENADA				21.808,06
711		Variación de productos terminados				
		Por el ingreso al almacen de los productos terminados				
		X				
12		CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES – TERCEROS			38.996,71	
121		Facturas, boletas y otros comprobantes por cobrar				
1212		Emitidas en cartera				
40		TRIBUTOS Y APORTES AL SISTEMA DE PENSIONES				5.948,65
401		Gobierno central				
4011		Impuesto general a las ventas				
40111		IGV - Cuenta propia				
70		VENTAS				33.048,06
701		Mercaderías				
7011		Mercaderías manufacturadas				
70111		Terceros				
		Por la venta de los productos terminados				
		X				
69		COSTO DE VENTAS			21.808,06	
691		Mercaderías				
21		PRODUCTOS TERMINADOS				21.808,06
211		Productos manufacturados				
		Por el costo de venta de los productos terminados				
		X				
10		EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO			38.996,71	
101		Caja				
12		CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES – TERCEROS				38.996,71
121		Facturas, boletas y otros comprobantes por cobrar				
1212		Emitidas en cartera				
		Por la cobranza a los clientes				
		X				
		Total Libro Diario			143.417,59	143.417,59

		X			
65		OTROS GASTOS DE GESTIÓN			1.317.814,33
	659	Otros gastos de gestión			
	6593	Bonificación logística-flete		620.359,92	
	6594	Publicidad		510.480,67	
	6595	No Devolución		30.216,79	
	6596	Aporte Anual		115.006,95	
	6597	Apertura / Reapertura De Tiendas		41.750,00	
40		TRIBUTOS Y APORTES AL SISTEMA DE PENSIONES			237.206,58
	401	Gobierno central			
	4011	Impuesto general a las ventas			
	40111	IGV - Cuenta propia			
42		CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES – TERCEROS			1.555.020,91
	421	Facturas, boletas y otros comprobantes por pagar			
	4212	Emitidas			
		Por los el registro de gastos incurridos con autoservicios			
		X			
93		COSTOS DE DISTRIBUCION			1.317.814,33
	931	Costos de distribución			
79		CARGAS IMPUTABLES A CUENTAS DE COSTOS Y GASTOS			1.317.814,33
		Por el destino al costo de distribución según NIC N° 2			

Lejía Liguria S.A.C.

ESTADO DE RESULTADOS

De 1 Enero al 31 de Diciembre de 2016

(Expresado en Soles)

	<u>Reestructurado</u>	<u>Antes</u>	<u>Variación</u>	<u>% Var.</u>
Ingresos de Actividades Ordinarias	9,156,604	9,156,604	-	
Costo de Ventas	- 6,367,502	- 6,405,630	- 38,128	0.60%
Ganancia Bruta	2,789,102	2,750,974		
Gastos de Ventas	- 620,406	- 1,938,220	- 1,317,814	67.99%
Gastos de Administración	- 501,783	- 501,783		
Costo de Distribución	- 1,317,814		1,317,814	100%
Ganancia por Actividad de Operación	349,099	310,971		
Ingresos Financieros	29,371	29,371		
Gastos Financieros	- 53,071	- 53,071		
Resultado antes del Impuesto a las ganancias	325,399	287,271		
Gasto por Impuesto a las Ganancias	- 91,112	- 80,436		
Ganancia Neta del Ejercicio	234,288	206,835		

Fuente: Elaborado por los integrantes del trabajo de investigación.

RATIOS DE RENTABILIDAD

			<u>2016</u>		<u>Reestructurado</u>
Margen de utilidad bruta	=	Ventas Netas – Costo de ventas	2,750,974		2,789,102
		Ventas Netas	9,156,604	30.04%	9,156,604 30.46%

De lo anterior podemos decir que para el año 2016 y el reestructurado, las utilidades brutas obtenidas después de descontar los costos de ventas fueron del 30.04% y 30.46% respectivamente, por cual observamos que existe un ascenso del 0.42%, así como también podemos afirmar que los costos de venta disminuyeron siendo así la utilidad significativa con respecto al año 2016, debido a la implementación de costo por orden y un nuevo cálculo de costo de ventas. Esto indica que tenemos un 0.42% de rentabilidad, que nos respalda para los gastos futuros, el mismo que al paso del tiempo podría mostrar una mejora significativa.

			<u>2016</u>		<u>Reestructurado</u>
Margen de utilidad operativa	=	Utilidad Operativa	310,971		349,099
		Ventas Netas	9,156,604	3.40%	9,156,604 3.81%

Podemos observar que la empresa para el año 2016 y el reestructurado, generó una utilidad operacional del 3.4% y 3.81% respectivamente; por lo anterior evidenciamos un crecimiento de la utilidad en 0.41% principalmente originado por el traslado de gastos de venta adicionales al costo de distribución y el nuevo cálculo del costo de ventas, obteniendo un 0.41% más de utilidad pura por cada sol de venta con respecto al 2016 ya presentado.

			<u>2016</u>		<u>Reestructurado</u>
Margen de utilidad neta	=	Utilidad Neta	206,835		234,288
		Ventas Netas	9,156,604	2.26%	9,156,604 2.56%

Como podemos observar que para este indicador la empresa para el año 2016 y el reestructurado, generaron el 2.26% y el 2.56% de utilidad respectivamente, también podemos ver que existe un aumento del 0.3% más en la utilidad. Adicionalmente decimos que, la disminución de los costos de venta se da debido a la implementación del costo por orden, el mismo que hace que se refleje una utilidad superior a la ya presentada.

Lejía Liguria S.A.C.

ESTADO DE RESULTADOS

De 1 Enero al 31 de Diciembre de 2016
(Expresado en Soles)

	<u>Reestructurado</u>	<u>Antes</u>
Ingresos de Actividades Ordinarias	9,156,604	9,156,604
Costo de Ventas	- 6,367,502	- 6,405,630
Ganancia Bruta	2,789,102	2,750,974
Gastos de Ventas	- 620,406	- 1,938,220
Gastos de Administración	- 501,783	- 501,783
Costo de Distribución	- 1,317,814	
Ganancia por Actividad de Operación	349,099	310,971
Ingresos Financieros	29,371	29,371
Gastos Financieros	- 53,071	- 53,071
Resultado antes del Impuesto a las ganancias	325,399	287,271
Gasto por Impuesto a las Ganancias	- 91,112	- 80,436
Ganancia Neta del Ejercicio	234,288	206,835

3.1 CONCLUSIONES

1.- Se determinó que los costos no son razonables incidiendo en la elaboración del estado de resultados, al determinar un costo de venta inexacto, se mostrará una utilidad incorrecta y por ende la información revelada no ayudará en la toma de decisiones.

2.- Los costos de distribución si inciden en la elaboración del estado de resultados, ya que la dinámica contable que aplica la empresa, con respecto a los gastos adicionales generados por los autoservicios, son directamente enviados al gasto de venta, alterando así esta partida.

3.- El costo de venta si incide en la elaboración del estado de resultados, revelando una información incorrecta teniendo como consecuencia una inadecuada determinación del Impuesto a la Renta, los mismos que son calculados sin tomar en cuenta el determinado consumo de estos.

3.2 RECOMENDACIONES

1.- Reestructurar los costos, para una adecuada determinación del costo de venta y elaboración del estado de resultados, implementando un área de costos con personal capacitado, dentro de la empresa, con la finalidad de poder utilizar la estructura de costos de manera sistemática, para poder determinar el adecuado costo del producto.

2.- Adicionar dentro del estado de resultados una partida determinada para el costo de distribución, donde se podrá visualizar de manera total todos los costos que conllevan a la venta a los autoservicios, ya que es una cantidad material.

3.- Implementar un sistema de costos, con la cual se tendrá un costo de venta real, y la determinación adecuada del Impuesto a la Renta.

Elaboración de Referencias

Libros

Libro en versión electrónica

Jiménez, W. (2010). *Contabilidad De Costos*. Bogotá: Colombia Edit. Fundación Para La Educación Superior San Mateo.

Jiménez, L. (2014). *Costos Y Presupuestos*. Primera edición. Sucre - Colombia: editorial Corporación Universitaria Del Caribe.

K.R Subramanyan,J. y Halsey, F. (2007). *Análisis De Estados Financieros*. Novena Edición. Monterrey – México: Editorial McGraw-Hill Interamericana Editores S.A De C.V.

Laporta, R. (2016). *Costos y gestión empresarial: Incluye costos con ERP*. Editorial Eco e Ediciones.

Marulanda, J. (2009). *Costos Y Presupuestos*. Segunda Edición.

Padilla, G. (2003). *Tutorial Para La Asignatura De Costos*. Primera Edición, México DF: Fondo Editorial Fca.

Reyes, E. (2005), *Contabilidad De Costos*, Segundo Curso Grupo, México D.F: 2005, Editorial Limusa S.A De CV Grupo Noriega Editores.

Rio, R. (2010) *Costos I* Ciudad de México: Editorial Universidad Nacional Autónoma de México.

Rincón, C y Villarreal, F (2010). *Costos, decisiones empresariales*. Editorial Eco e Ediciones.

Rivero, P. (2013) *Costos y presupuestos*. Primera edición. Lima –Perú: Editorial Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas S. A. C.

Robles, L. (2012). *Costos Históricos*. Primera edición. Estado de México: Editorial: Eduardo Durán Valdivieso.

Sánchez, K. (2012). *Costos I*. Primera edición. Estado de México: Editorial: Ma. Eugenia Buendía López.

Sinisterra, G. (2006). *Contabilidad de Costos*. Editorial Eco e Ediciones.

Torres, G. (2013), *Tratado de contabilidad de costos por sectores económicos* editorial Marketing Consultores Sa.

Zans, W. (2011). *Contabilidad Básica I*. Lima: editorial San Marcos.

TESIS

Alberca, J. & rodriguez, g. (2012) *Incremento de Rentabilidad en la Empresa “El Carrete”* (tesis de pregrado) Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.

Espino, M. (2016) *Propuesta de diseño de un Sistema de Costeo Estándar para mejorar la rentabilidad en los polos de algodón peinado 20 al 1 de la empresa Kzzu Australia Lima – 2015* (tesis de pregrado) Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.

Flores, J. (2016). *Sistema de Costos por Órdenes y su Incidencia en la Rentabilidad de las Empresas Constructoras del Perú: caso empresa F & C E.I.R.L. Trujillo, 2016*. (Tesis de pregrado) Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo Perú.

Giraldo, W. (2013) *Efectos de un Sistema de alerta financiera como base de información de costos no identificados en la Rentabilidad Empresarial* (tesis de pregrado) Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.

Goicochea, A. (2014). *Implementación de un Sistema de Costos y su Incidencia en el Aspecto Económico-Financiero de la Empresa Manufacturera de Envases Industriales SAC* (tesis de pregrado) Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.

Macedo, L., Pacheco, E. y Vilcapoma, Ch. (2017) *Costos de Fabricación de Tableros Eléctricos y su Incidencia en los Estados Financieros en la Empresa Eléctricos S.A.C. Universidad Peruana de las Américas, Lima, Perú.*

Neyra, F. (2015) *Incidencia Tributaria de los gastos de viaje en el estado de resultados 2014 de la empresa de Transportes Vulcano Group S.A.C. Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo – Perú.*

Salinas, G. (2012) *Los costos de producción y su efecto en la rentabilidad de la planta fibra de vidrio en Cepolfi Industrial C.A. de la ciudad de Abanto* (tesis de pregrado) Universidad Técnica de Abanto, Abanto, Ecuador.

Torres, O. (2017) *Proceso de costeo de una empresa de servicios de Ingeniería y Construcción del sector minero. Universidad de Lima, Lima, Perú*

Vega, L. (2017) *Aplicación de Estrategias Financieras y su Incidencia en la Rentabilidad de una pequeña empresa de Manufactura en cuero* (tesis de pregrado) Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

Material electrónico

<https://www.gestiopolis.com/que-son-los-costos-de-distribucion-y-como-se-nalizan/>
Recuperado 28/12/2017.

BRAVO CUCCI, Jorge. (2012)

http://www.ifaperu.org/publicaciones/8_03_CT28_JABC.pdf Recuperado 23 de enero del 2018

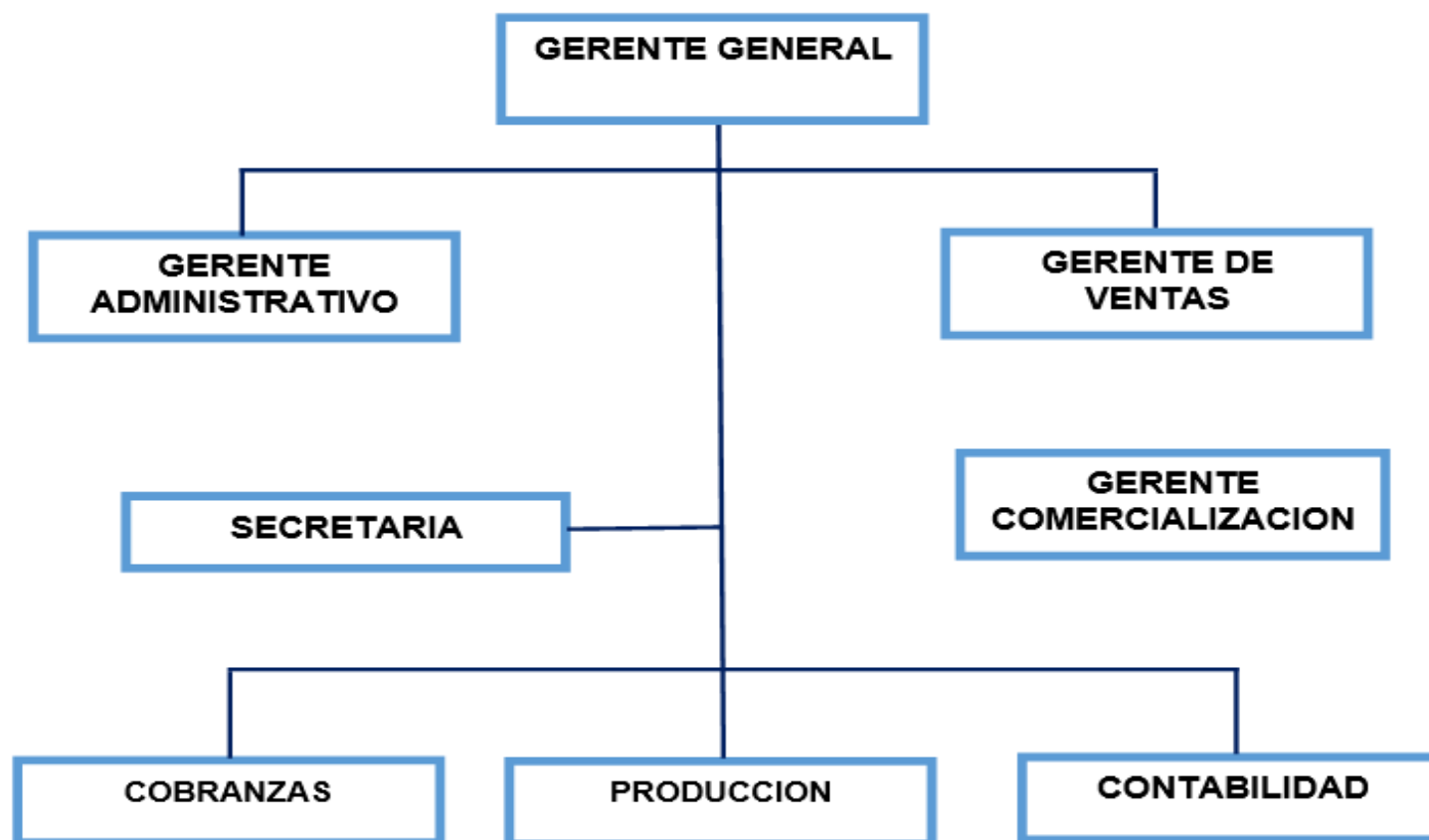
<http://www.bureauveritas.es/home/news/iso-31000-2018-renovada-gestion-riesgos>
Recuperado 02/04/2018.

<https://www.bsigroup.com/es-ES/ISO-31000-Gestion-de-Riesgos/> Recuperado 02/04/2018.

https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf Recuperado 02/04/2018

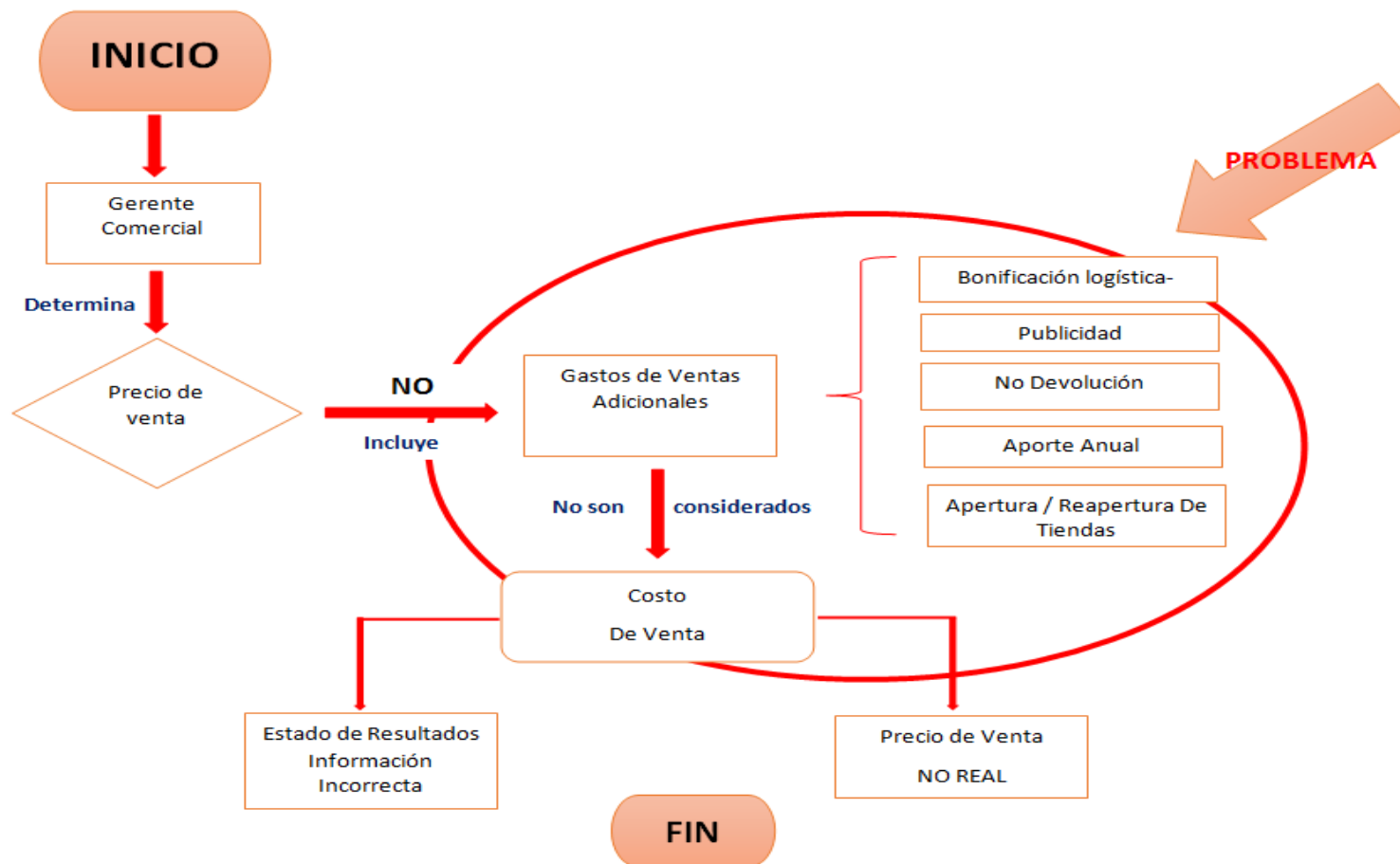
<http://www.plancameral.org/web/portal-internacional/preguntas-comercio-exterior/-/preguntas-comercio-exterior/f7282051-984b-4ca0-9b95-be33af4d817c> Recuperado 10/04/2018.

Organigrama de la empresa Lejía Liguria SAC.



Fuente: Elaborado por la Empresa Lejía Liguria SAC

Flujograma del Problema



CONSUMO DE MANO DE OBRA - CENCOSUD

CANT.	CARGO	SALARIO MENSUAL	HORAS TRABAJADAS	COSTO POR HORA	SALARIO POR HORAS TRABAJADAS	9%	TOTAL
1	EMPACADOR	1,200.00	10	5.00	50.00	4.50	54.50
2	EMPACADOR	1,200.00	10	5.00	50.00	4.50	54.50
3	EMPACADOR	1,200.00	10	5.00	50.00	4.50	54.50
4	COLOCADOR	1,200.00	10	5.00	50.00	4.50	54.50
5	COLOCADOR	1,200.00	10	5.00	50.00	4.50	54.50
6	SELLADOR	1,200.00	10	5.00	50.00	4.50	54.50
7	SELLADOR	1,285.00	10	5.35	53.54	4.82	58.36
8	MEZCLADOR	1,500.00	10	6.25	62.50	5.63	68.13
9	ENVASADOR	1,200.00	10	5.00	50.00	4.50	54.50
10	ENVASADOR	1,200.00	10	5.00	50.00	4.50	54.50
11	OPERARIO	1,285.00	10	5.35	53.54	4.82	58.36
12	OPERARIO	1,200.00	10	5.00	50.00	4.50	54.50
TOTALES					619.58	55.76	675.35

ANEXO N° 4

Prorratio según orden de compra.

<u>Costo de Indirectos</u>	ANUAL	SEMANAL	ME.MP. 26.74%	ME.LIG 3.35%
Luz	29,074.02	605.71	161.99	20.27
Agua	35,275.21	734.90	196.54	24.60
Seguros	12,101.88	252.12	67.43	8.44
Alquiler	86,900.00	1,810.42	484.17	60.60
Depreciación de Activo	186,144.74	3,878.02	1,037.11	129.80
Mantenimiento de maq	12,645.41	263.45	70.45	8.82
Combustible	21,420.00	446.25	119.34	14.94
Telefono e internet	2,940.00	61.25	16.38	2.05
			2,153.40	269.52

ANEXO N° 5**Detalle de ingresos por litros**

MESES	LITROS SEGÚN VENTAS	PRECIO DE VENTA	TOTAL VENTA
Enero	492,570	2.344	1,154,740.46
Febrero	424,482	2.344	995,120.57
Marzo	398,533	2.344	934,287.88
Abril	358,970	2.344	841,539.65
Mayo	362,890	2.344	850,729.37
Junio	307,040	2.344	719,799.24
Julio	285,880	2.344	670,193.48
Agosto	290,875	2.344	681,903.35
Septiembre	290,410	2.344	680,813.24
Octubre	288,574	2.344	676,509.07
Noviembre	205,107	2.344	480,835.93
Diciembre	200,541	2.344	470,131.77
TOTAL	3,905,872		9,156,604.00

ANEXO N° 6

ESTADO DE COSTO Del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2016

	S/.	%
Materia Prima Inicial	170,095.09	2.66
Compras	5,822,708.71	90.90
Materia Prima Final	(359,437.60)	-5.61
Materia Prima Consumida	5,633,366.20	87.94
Mano de Obra	326,084.70	5.09
CTS de producción	31,504.66	0.49
Costo de Fabricación: según detalle:		
Luz	29,074.02	0.45
Agua	35,275.21	0.55
Seguros	12,101.88	0.19
Alquiler	86,900.00	1.36
Depreciación de Activo fijo	186,144.74	2.91
Mantenimiento de maquinaria	12,645.41	0.20
Combustible	21,420.00	0.33
Teléfono e internet	2,940.00	0.05
COSTO DE PRODUCCIÓN	6,377,456.82	99.56
Existencia Inicial de Productos. en Proceso	0.00	
Existencia Final de Productos en Proceso	0.00	
COSTO DE PRODUCTO TERMINADO	6,377,456.82	99.56
Existencia Inicial de Producto Terminado	41,753.34	0.65
Existencia Final de Producto Terminado	(13,580.16)	-0.21
COSTO DE VENTA TOTAL	6,405,630.00	100.00 (2)

COSTO DE VENTA UNITARIO

Total de Litros Vendidos	3,905,872
Costo de Venta Total	S/. 6,405,630
Costo de venta Unitario	S/. 1.640

PRECIO DE VENTA UNITARIO

	S/.
Costo de Venta Unitario	1.640
Margen de utilidad 42.95%	0.704
Precio de venta unitario	2.344

ANEXO N° 7

Detalle de ingresos por clientes en Litros

		AUTOSERVICIOS		PROVINCIA	TOTAL
MESES	DISTRIBUIDORAS	CENCOSUD	SUPERMERCADOS		
Enero	197,028	98,514	172,400	24,628.50	492,570
Febrero	169,793	84,896	148,569	21,224.10	424,482
Marzo	159,413	79,707	139,487	19,926.65	398,533
Abril	143,588	71,794	125,640	17,948.50	358,970
Mayo	145,156	72,578	127,012	18,144.50	362,890
Junio	122,816	61,408	107,464	15,352.00	307,040
Julio	114,352	57,176	100,058	14,294.00	285,880
Agosto	116,350	58,175	101,806	14,543.75	290,875
Septiembre	116,164	58,082	101,644	14,520.50	290,410
Octubre	115,430	57,715	101,001	14,428.70	288,574
Noviembre	82,043	41,021	71,787	10,255.35	205,107
Diciembre	80,216	40,108	70,189	10,027.05	200,541
TOTAL	1,562,349	781,174	1,367,055	195,294	3,905,872

ANEXO N° 8

Detalle de venta de autoservicios y los gastos en soles

CENCOSUD

MESES	LITROS	PRECIO DE VENTA	VENTA
Enero	98,514	2.344	230,948
Febrero	84,896	2.344	199,024
Marzo	79,707	2.344	186,858
Abril	71,794	2.344	168,308
Mayo	72,578	2.344	170,146
Junio	61,408	2.344	143,960
Julio	57,176	2.344	134,039
Agosto	58,175	2.344	136,381
Septiembre	58,082	2.344	136,163
Octubre	57,715	2.344	135,302
Noviembre	41,021	2.344	96,167
Diciembre	40,108	2.344	94,026
TOTAL	781,174		S/. 1,831,321

COSTOS INDIRECTOS

Bonificación logística-flete	12.00%	219,758
Publicidad	9.50%	173,975
No Devolución	0.60%	10,988
Aporte Anual	2.78%	50,911
Apertura / Reapertura De Tiendas	S/. 8,250.00	24,750
TOTAL		S/. 480,383

SUPERMERCADOS

MESES	LITROS	PRECIO DE VENTA	VENTA
Enero	172,400	2.344	404,159
Febrero	148,569	2.344	348,292
Marzo	139,487	2.344	327,001
Abril	125,640	2.344	294,539
Mayo	127,012	2.344	297,755
Junio	107,464	2.344	251,930
Julio	100,058	2.344	234,568
Agosto	101,806	2.344	238,666
Septiembre	101,644	2.344	238,285
Octubre	101,001	2.344	236,778
Noviembre	71,787	2.344	168,293
Diciembre	70,189	2.344	164,546
TOTAL	1,367,055		S/. 3,204,811

COSTOS INDIRECTOS

Bonificación logística-flete	12.50%	400,601
Publicidad	10.50%	336,505
No Devolución	0.60%	19,229
Aporte Anual	2.00%	64,096
Apertura / Reapertura De Tiendas	S/. 8,500.00	17,000
TOTAL		S/. 837,432

TOTAL GENERAL	S/. 1,317,814
----------------------	----------------------

ANEXO N° 9

Detalle del Estado de Costo Real por clientes

ESTADO DE COSTO REAL				
De 1 Enero al 31 de Diciembre de 2016				
	<u>Autoservicio</u>		<u>Otros Clientes</u>	
		%		%
Materia Prima Inicial	93,552	1.21	76,543	0.99
Compras	3,202,490	41.46	2,620,219	33.93
Materia Prima Final	-197,691	-2.56	-161,747	-2.09
MATERIA PRIMA CONSUMIDA	3,098,351	40.12	2,535,015	32.82
Mano de Obra	179,347	2.32	146,738	1.90
CTS de producción	17,328	0.22	14,177	0.18
Costo de Fabricación, según detalle:				
Luz	15,991	0.21	13,083	0.17
Agua	19,401	0.25	15,874	0.21
Seguros	6,656	0.09	5,446	0.07
Alquiler	47,795	0.62	39,105	0.51
Depreciación de Activo fijo	102,380	1.33	83,765	1.08
Mantenimiento de maquinaria	6,955	0.09	5,690	0.07
Combustible	11,781	0.15	9,639	0.12
Telefono e internet	1,617	0.02	1,323	0.02
Gastos no considerados anteriormente, según detalle:				
Bonificación logística	620,360	8.03		
Publicidad	510,481	6.61		
No Devolución	30,217	0.39		
Aporte Anual	115,007	1.49		
Apertura de Tiendas	41,750	0.54		
COSTO DE PRODUCCIÓN	4,825,416	62.48	2,869,856	37.16
Existencia Inicial de Productos. en Proceso				
Existencia Final de Productos en Proceso				
COSTO DE PRODUCTO TERMINADO	4,825,416	62.48	2,869,856	37.16
Existencia Inicial de Producto Terminado			41,753	0.54
Existencia Final de Producto Terminado			-13,580	-0.18
COSTO DE VENTA TOTAL	4,825,416	62.48	2,898,029	37.52
NUEVO COSTO DE VENTA GENERAL		7,723,444		

Fuente: Elaborado por los integrantes del trabajo de investigación.

ANEXO N° 10

Estado de Situación Financiera Comparativo

Lejía Liguria S.A.C.
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
 Al 31 de Diciembre de 2016 Y 2015
 (Expresados en Soles)

	2016		2015			2016		2015	
	S/.	%	S/.	%		S/.	%	S/.	%
ACTIVOS					PASIVO				
ACTIVOS CORRIENTES					PASIVOS CORRIENTES				
Efectivo y equivalente de efectivo	1,134,284	34.91	1,089,394	33.36	Cuentas por pagar comerciales	467,142	14.38	528,795	16.19
Cuentas por cobrar comerciales (neto)	974,033	29.97	602,137	18.44	Otras cuentas por pagar	68,496	2.11	38,033	1.16
Otras cuentas por cobrar	50.00	0.002	-	0.00	Cuentas por pagar a entidades relacionadas	744,333	22.91	661,658	20.26
Existencias	216,713	6.67	292,445	8.96	Total Pasivos Corrientes	1,279,971	39.39	1,228,486	37.62
Otros Activos No Financieros	72,666	2.24	174,879	5.36					
Total Activos Corrientes	2,397,746	73.79	2,158,855	66.11	PASIVOS NO CORRIENTES				
ACTIVOS NO CORRIENTES					Total Pasivos No Corrientes	-	0.00	-	0.00
Propiedades, planta y equipo (neto)	850,521	26.17	1,099,250	33.66					
Activos Intangibles	1,258	0.04	7,263	0.22	Total Pasivos	1,279,971	39.39	1,228,486	37.62
Total Activos No Corrientes	851,779	26.21	1,106,513	33.89	PATRIMONIO				
					Capital Emitido	951,011	29.27	951,011	29.12
TOTAL ACTIVOS	3,249,525	100.00	3,265,368	100.00	Reservas	58,764	1.81	58,764	1.80
					Resultados Acumulados	959,779	29.54	1,027,107	31.45
					Total Patrimonio	1,969,554	60.61	2,036,882	62.38
					TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	3,249,525	100.00	3,265,368	100.00

Fuente: Elaborado por los integrantes del trabajo de investigación.

Estado de Resultados Comparativo

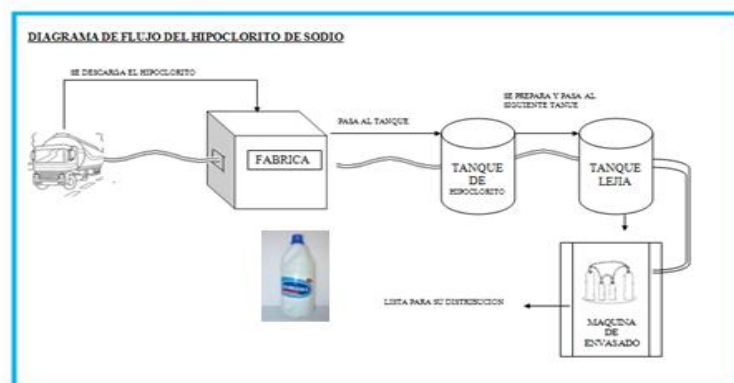
Lejia Liguria S.A.C.**ESTADO DE RESULTADOS**

De 1 Enero al 31 de Diciembre de 2016 y 2015
(Expresado en Soles)

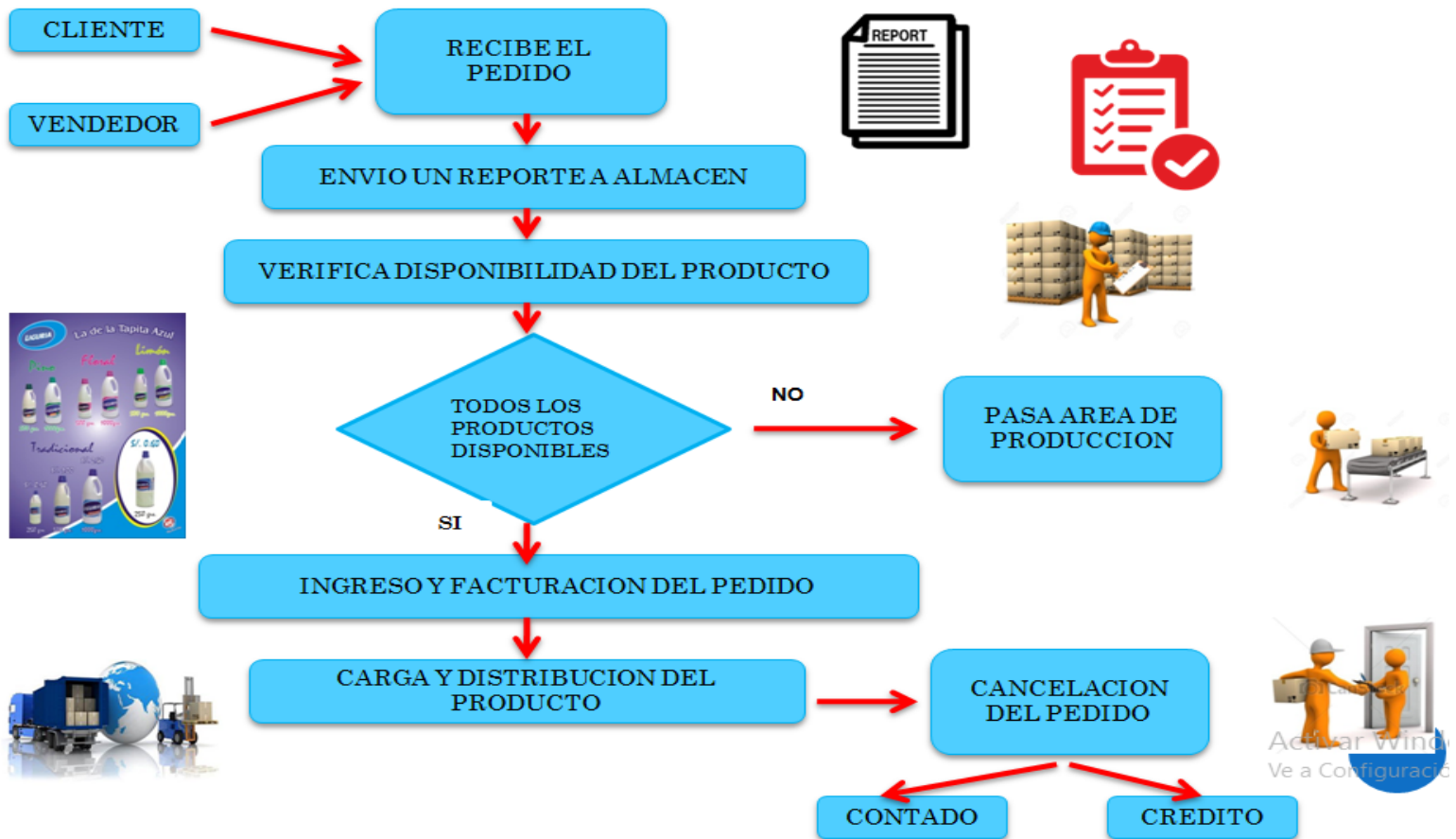
	2016		2015	
	S/.	%	S/.	%
Ingresos de Actividades Ordinarias	9,156,604	100.00	7,918,348	100.00
Costo de Ventas	(6,405,630)	(69.96)	(5,622,474)	(71.01)
Ganancia Bruta	2,750,974	30.04	2,295,874	28.99
Gastos de Ventas	(1,938,220)	(21.17)	(1,807,130)	(22.82)
Gastos de Administración	(501,783)	(5.48)	(422,887)	(5.34)
Ganancia por Actividad de Operación	310,971	3.40	65,857	0.83
Ingresos Financieros	29,371	0.32	28,792	0.36
Gastos Financieros	(53,071)	(0.58)	(81,362)	(1.03)
Resultado antes del Impuesto a las ganancias	287,271	3.14	13,287	0.17
Gasto por Impuesto a las Ganancias	(80,436)	(0.88)	(3,720)	(0.05)
Ganancia Neta del Ejercicio	206,835	2.26	9,567	0.12

Fuente: Elaborado por los integrantes del trabajo de investigación

Proceso de Producción



CLIENTE



Productos maquilados por encargo de Autoservicios

